

# SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19**



Oleh :

**KEVIN MUHAMMAD GIFARI**

**NBI : 1211900354**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

# SKRIPSI

## PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19



Oleh :

**Kevin Muhammad Gifari**

**NBI : 1211900354**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS  
SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :**

**Kevin Muhammad Gifari**

**NBI : 1211900354**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Kevin Muhammad Gifari  
NBI : 1211900354  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19

Surabaya, 23 Desember 2021  
Pembimbing,



Drs. Ec. Istiono, MBA

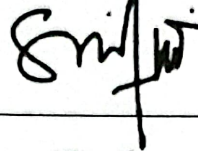
## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

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 14 Januari 2022.

### TIM PENGUJI :

1. Dr. Sumiati, MM.

Ketua



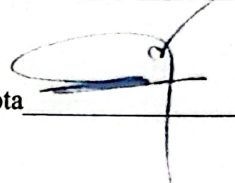
2. Drs. Ec. Istiono, MBA

Anggota



3. Drs. Ec. M. Suyanto, MM.

Anggota



Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
D e k a n ,



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

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Kevin Muhammad Gifari ( L /P-)
2. NBI : 1211900354
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 357809060002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Panglima Sudirman No. 152, Gresik

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 14 Januari 2022

Yang Membuat,



Kevin Muhammad Gifari



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.331)  
Email: perpus@untag-sby-ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Muhammad Gifari

NBI : 1211900354

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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 Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kunjungan Ulang Pasien Poli Gigi RS Semen Gresik pada Masa Pandemi Covid-19**

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 tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 14 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Kevin Muhammad Gifari

## **MOTTO**

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan’

(Q.S Al-Insyirah Ayat 5)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan:

(Q.S Al-Insyirah Ayat 6)

“Perjuangkanlah apa yang telah menjadi hakmu dan tunaikanlah  
apa yang sudah menjadi kewajibanmu”

(Penulis)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kunjungan Ulang Pasien Poli Gigi RS Semen Gresik pada Masa Pandemi Covid-19”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Bersama ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan ini yaitu kepada:

1. Kepada Bapak Drs. Ec. Istiono, MBA. Selaku Pembimbing saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah membantu kelancaran proses kuliah saya.
2. Kepada Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Kepada Bapak Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Kepada Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Kepada seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu proses akademik selama perkuliahan.
6. Kepada Rumah Sakit Semen Gresik (PT. Cipta Nirmala) yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan penelitian.
7. Kepada Ibu dr. Ria, Bapak dr. Thalib, Ibu Santi, Bapak drg Andrie serta seluruh staff Rumah Sakit Semen Gresik (PT. Cipta Nirmala) yang telah memberi bantuan pada penulis ketika melaksanakan kegiatan penelitian.
8. Kepada kedua orang tua tercinta yang tidak berhenti mendoakan dan memotivasi anak-anaknya, serta keluarga penulis yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini

9. Kepada seluruh teman Manajemen kelas malam dan teman teman RMPN Team yang selalu bercanda bersama penulis.
10. Kepada Lovina, Irma, Indah, Joanna, Diva dan Abrar yang selalu memberi masukan, ide, dan motivasi dalam penyusunan Skripsi.
11. Kepada Thyrza dan Reza, terimakasih atas bantuannya selama ini dan selalu menemani penulis pada proses perkuliahan.

Serta untuk seluruh pihak lainnya yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini, semoga Skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya

Surabaya, 14 Januari 2022

Kevin Muhammad Gifari

## RINGKASAN

Rumah Sakit Semen Gresik atau PT Cipta Nirmala yang beralamat di Jalan R.A Kartini No. 280, Gresik merupakan perusahaan yang dimiliki SMI Foundation dan sebagai lembaga penunjang Semen Indonesia Group. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa layanan kesehatan. Ada banyak jenis layanan kesehatan yang ditawarkan oleh perusahaan ini, salah satunya yang akan dibahas pada penelitian ini adalah poli gigi. Kondisi poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik pada masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien yang cukup drastis, diduga penyebab utamanya adalah timbul rasa khawatir dari pasien untuk mengunjungi rumah sakit karena takut terpapar virus Covid-19. Tugas dari poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik saat ini adalah menyusun sebuah strategi untuk membuat masyarakat/pasien agar dapat melakukan kunjungan ulang kembali.

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kunjungan ulang pasien poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik. Alat analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji-F, uji-t dan analisis determinasi. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan nilai Strategi Pemasaran berpengaruh secara negatif signifikan mempengaruhi Kunjungan Ulang pasien poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik. Citra Merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kunjungan Ulang pasien poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kunjungan Ulang pasien poli gigi Rumah Sakit Semen Gresik. Berdasarkan uji  $R^2$  diketahui bahwa kontribusi nilai strategi pemasaran, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap naik turunnya kunjungan ulang 71%. Sisanya 29% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Citra Merek, Kualitas Pelayanan

## SUMMARY

*Semen Gresik Hospital or PT Cipta Nirmala, having its address at Jalan R.A Kartini No. 280, Gresik is a company owned by the SMI Foundation and as a supporting institution for the Semen Indonesia Group. This company is engaged in health services. There are many types of health services offered by this company, one of which will be discussed in this study is the dental clinic. The condition of the dental clinic at Semen Gresik Hospital during the Covid-19 pandemic experienced a drastic decrease in the number of patient visits, it is suspected that the main reason was the patient's fear of visiting the hospital for fear of being exposed to the Covid-19 virus. And now job desk of the dental clinic at Semen Gresik Hospital at this time is to develop a strategy to make the patients able to make return visits*

*The purpose of this research is to prove and analyze the effect of marketing strategy, brand image and service quality on repeat visits of dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. Data analysis tools in this study were using validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F-test, t-test and analysis of determination. The sampling method used accidental sampling technique. The number of samples studied were 100 respondents.*

*The results showed that the value of Marketing Strategy had a significant negative effect on repeat visits to dental polyclinic patients at Semen Gresik Hospital. Brand Image has a significant positive effect on repeat visits to dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. Service quality has a significant positive effect on repeat visits to dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. Based on the R<sup>2</sup> test, it is known that the contribution of the value of marketing strategy, brand image, and service quality to the rise and fall of repeat visits is 71%. The remaining 29% is influenced by other variables or factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Brand Image, Service Quality*

## ABSTRAK

### **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PASIEN POLI GIGI RS SEMEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh secara simultan strategi pemasaran, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap kunjungan ulang pasien poli gigi RS Semen Gresik. (2) pengaruh strategi pemasaran terhadap kunjungan ulang pasien poli gigi RS Semen Gresik. (3) pengaruh citra merek terhadap kunjungan ulang pasien poli gigi RS Semen Gresik. (4) pengaruh kualitas pelayanan poli gigi terhadap kunjungan ulang pasien poli gigi RS Semen Gresik.

Alat analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji-F, uji-t dan analisis determinasi. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden.

Pada hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa variabel strategi pemasaran (X1), citra merek (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kunjungan ulang (Y). Namun untuk variabel strategi pemasaran (X1) memiliki arah yang berlawanan dibanding kedua variabel lainnya. Adapun hasil uji parsial variabel strategi pemasaran berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kunjungan ulang, sedangkan variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan ulang.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Citra Merek, Kualitas Pelayanan

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY, BRAND IMAGE, AND QUALITY OF SERVICES ON REVISITS TO THE DENTAL CLINIC PATIENTS OF SEMEN GRESIK HOSPITAL DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

*This study aims to determine: (1) the simultaneous influence of marketing strategy, brand image, and service quality on repeat visits to dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. (2) the effect of marketing strategy on repeat visits to dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. (3) the effect of brand image on repeat visits to dental clinic patients at Semen Gresik Hospital. (4) the effect of the quality of dental services on the repeat visits of dental clinic patients at Semen Gresik Hospital.*

*Data analysis tools in this study were using validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F-test, t-test and analysis of determination. The sampling method used accidental sampling technique. The number of samples studied were 100 respondents.*

*In the results of the analysis using multiple linear regression which also answers the hypothesis by concluding that the variables of marketing strategy (X1), brand image (X2), and service quality (X3) together have an effect on repeat visits (Y). However, the marketing strategy variable (X1) has the opposite direction compared to the other two variables. The results of the partial test of the marketing strategy variable have a negative and significant effect on repeat visits, while the brand image and service quality variables have a positive and significant effect on repeat visits.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Brand Image, Service Quality*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Manfaat Praktis .....	5
1.4.2. Manfaat Akademis .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Pembelian Ulang (Repurchase Intention).....	7
2.1.3. Strategi Pemasaran .....	11
2.1.4. Citra Merek .....	14
2.1.5. Kualitas Pelayanan .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Hubungan antar Variabel .....	24
2.3.1. Hubungan antar Strategi Pemasaran dengan Kunjungan Ulang.....	24
2.3.2. Hubungan antar Citra Merek dengan Kunjungan Ulang.....	25
2.3.3. Hubungan antar Kualitas Pelayanan dengan Kunjungan Ulang.....	25
2.4. Kerangka Konseptual .....	26
2.5. Hipotesis.....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.2.1. Tempat Penelitian.....	29
3.2.2. Waktu Penelitian .....	29
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	29
3.3.1. Jenis Data .....	29
3.3.2. Sumber Data.....	30
3.4. Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1. Populasi .....	30
3.4.2. Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.5.1. Angket .....	31
3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	32
3.6.1. Definisi Variabel Penelitian .....	32
3.6.2. Operasionalisasi Variabel.....	32
3.7. Proses Pengolahan Data .....	34
3.7.1. Editing .....	34
3.7.2. Coding .....	34
3.7.3. Scoring .....	34
3.7.4. Tabulating .....	34
3.8. Metode Analisa Data.....	35
3.8.1. Uji Validitas .....	35
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	35
3.9. Cara Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis .....	36
3.9.1. Cara Pengolahan Data .....	36
3.9.2. Teknik Pengujian Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1. Gambaran Umum Rumah Sakit Semen Gresik (PT Cipta Nirmala).....	39
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.2. Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab.....	40
4.1.3. Jadwal dan Tugas Kerja Karyawan .....	41
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	42
4.2.1. Karakteristik Responden .....	42
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	44
4.3. Pengujian.....	47
4.3.1. Uji Validitas .....	47
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	49



4.3.3. Uji Multikolinieritas.....	50
4.3.4. Uji Heteroskedastitas.....	50
4.3.5. Uji Autokorelasi.....	51
4.3.6. Uji Normalitas Data.....	52
4.3.7. Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda.....	52
4.4. Pembahasan.....	56
4.4.1. Pengaruh Strategi Pemasaran, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kunjungan Ulang.....	56
4.4.2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kunjungan Ulang.....	56
4.4.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kunjungan Ulang.....	57
4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kunjungan Ulang.....	57
4.5. Implikasi Penelitian.....	58
4.6. Keterbatasan Penelitian.....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 4. 1 Logo Rumah Sakit Semen Gresik .....	39
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Rumah Sakit Semen Gresik.....	40
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastitas .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Unsur-Unsur Pokok dalam Strategi Pemasaran .....	11
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Jadwal Kerja Poli Gigi Rumah Sakit Semen Gresik .....	41
Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4. 4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	43
Tabel 4. 5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	44
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	45
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	46
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	46
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik F.....	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik t.....	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Responden .....	67
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	73
Lampiran 3 Rekap Jawaban Variabel Strategi Pemasaran (X1) .....	77
Lampiran 4 Rekap Jawaban Variabel Citra Merek (X2).....	80
Lampiran 5 Rekap Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	82
Lampiran 6 Rekap Jawaban Variabel Kunjungan Ulang (Y).....	83
Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 11 Surat Balasan RS Semen Gresik.....	92
Lampiran 12 Surat Keterangan Selesai Penelitian .....	93
Lampiran 13 Kartu Bimbingan .....	94
Lampiran 14 Foto Kegiatan Pengambilan Sampel Penelitian.....	95
Lampiran 15 Hasil Turnitin.....	96