

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LBC  
(LONDON BEAUTY CENTRE)  
PTEstetikaMedikaUtama KelapaGadingJakartaUtara**



**MEIDIANA**

**7636121110**

**Tesis yang Ditulis Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Magister**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LBC  
(LONDON BEAUTY CENTRE)  
PT Estetika Medika Utama di Kelapa Gading Jakarta Utara  
2015**

**MEIDIANA**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan dan promosi yang diterapkan oleh LBC PT Estetika Medika Utama terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian menggunakan data SPSS. Pengujian hipotesis menggunakan Analisis regresi berganda. Dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk hasil uji hipotesis variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ini dilihat dari nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Namun untuk variabel promosi berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan ini dilihat dari nilai signifikan 0,067 lebih besar dari 0,05. Sedangkan hasil uji  $F_{hitung} > F_{table}$  dengan tingkat signifikansi = 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak. Sedangkan koefisien determinasi diketahui bahwa koefisien determinasi yang dapat dilihat dari *Adjusted R Square*, diperoleh sebesar 0,769. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan sedangkan promosi ( $X_3$ ) tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan atas jasa perawatan kecantikan pada LBC PT Estetika Medika Utama atas kepuasan pelanggan secara optimal dengan keputusan hipotesis menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ .

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi dan kepuasan pelanggan.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LBC  
KELAPA GADING JAKARTA UTARA  
2015**

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PROMOTION  
TOWARD CUSTOMER SATISFACTION**

**MEIDIANA**

**ABSTRACT**

*The research aims to know the influence of Product Quality, Service Quality, and Promotion applied by LBC PT Estetika Medika Utama on Customer Satisfaction. The method in this research uses data with SPSS. Multiple Regression Analysis product quality, service Quality and promotion shows that influences positively Customer Satisfaction. In other words, if variable of Product Quality, service Quality, promotion increases, extent of Customer Satisfaction increases. Variable of Product Quality, Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction as seen from significant value 0,000 less than 0,05 and the value of Product Quality  $t_{count} > t_{table}$ . And Service Quality of  $t_{count} > t_{table}$ . It means that if variable of Product Quality increases, Customer Satisfaction (Y) increases. Variable of Promotion ( $X_3$ ) has a positive influence but not significant on Customer Satisfaction as seen from significant value 0,067 more than 0,05 and the value of  $t_{count} > t_{table}$ . It means that if variable of Service Quality increases, Customer Satisfaction (Y) does not increase. Coefficient Determination shown in Adjusted R Square, it results in 0,769. It means that 76,9% of Customer Satisfaction can be explained by variables of Product Quality, Service Quality, and Promotion. The remaining, 23.1%, of Customer Satisfaction variable can be explained by other variables which are not analyzed.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Promotion, and Customer Satisfaction.*

## RINGKASAN

### 1. Pendahuluan

Pada jaman modern pada saat ini selain teknologi yang tumbuh dengan pesat, kemajuan *fashion* maupun perawatan kulit wajah serta tubuh juga tidak kalah menarik dengan kemajuan teknologi, seperti banyaknya klinik kecantikan dengan persaingan yang kuat. LBC sebuah klinik kecantikan yang berkonsentrasi pada kesehatan kulit wajah dan tubuh. LBC memberikan jasa tindakan dan penjualan krim kecantikan kulit wajah dan tubuh. Dalam perkembangannya, LBC berupaya memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang ditetapkan dalam sistim Kesehatan Nasional Pelayanan kosmetik dimana hal ini merupakan bagian dari upaya kesehatan.

### 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* dengan pendekatan kuantitatif melalui pemilihan sampel dengan menggunakan *probabilitas sampel (probability sampling method)* secara acak *random samling* dengan cara pengambilan *sampel purposive random samling* artinya cara pengambilan sampel berdasarkan dengan konsumen pengguna jasa perawatan LBC yang dijadikan sebagai obyek penelitian. Pada uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah valid dan reliable.

### 3. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi merupakan sebagai bentuk kegiatan untuk menarik dan mendapatkan perhatian pelanggan untuk membeli produk atau jasa melalui hubungan masyarakat, promosi penjualan dan iklan.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan LBC Kelapa Gading sebesar 0,769. Hal ini berarti 76,9% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. Sedangkan selebihnya 23.1% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam membangun kepuasan pelanggan, yang harus dipertimbangkan adalah meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan karena mempunyai pengaruh relatif lebih besar dibandingkan promosi. Sedangkan sistem pelayanannya harus lebih ditingkatkan lagi seperti kehandalan karyawan dalam memberikan informasi, kepedulian serta keramahan dan kesopanan yang harus tetap di jaga. Selain adanya fasilitas yang baik karyawan juga cepat juga dalam menanggapi keluhan dan segera menyelesaikan masalah setiap ada complain dari pelanggan yang tentunya membuat karyawan harus segera memperbaiki complain tersebut.

Didalam perusahaan LBC untuk promosi harus lebih diperhatikan kembali karena promosi salah satu alat komunikasi perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen dengan cepat.

Saran yang diberikan perusahaan adalah bahwa perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar konsumen tidak pindah ke klinik kecantikan yang lebih baik

#### Saran

1. Peningkatan kualitas produk seperti manfaat produk, fungsi produk harus lebih konsisten dalam menyembuhkan masalah kulit pelanggan sedangkan untuk kualitas pelayanan LBC lebih ditingkatkan kembali seperti keramahan karyawan dalam melayani setiap konsumen yang datang selain keramahan pelayanan yang cepat juga harus lebih di tingkatkan kembali agar konsumen tidak pindah ke klinik kecantikan yang lebih baik.
2. Perlu adanya kegiatan promosi yang rutin seperti pengadaan *open house* dan pameran-pameran yang berkenaan dengan produk yang ditawarkan.
3. Perlu adanya promosi yang lebih tepat dan kreatif dalam menyampaikan pesan terhadap konsumen karena didalam penelitian ini tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan promosi yang belum tepat, jadi promosi harus lebih di tingkatkan kembali seperti promosi melalui media televisi akan lebih baik di munculkan kembali.
4. Untuk kenaikan harga LBC lebih dipertimbangkan kembali karena dengan kenaikan harga yang terus meningkat konsumen akan berpindah tempat ke klinik kecantikan yang lebih terjangkau.

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana Universitas Negri Jakarta seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma kaidah kaidah dan motivasi kerja penulisan tesis.

Apabila dikemudian hari seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu saya bersedia menerima sangsi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sangsi-sangsi lainnya sesuai praturan perundang-undangan yang terkait.

Jakarta, Januari 2015

Meidiana

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT peneliti panjatkan karna atas berkat dan rahmatnya telah selesainya tesis yang berjudul “pengaruh kualitas produk,

kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan LBC (*London Beauty Centre*) PT Estetika Medika Utama Kelapa Gading Jakarta Utara”

Peneliti sangat berterimakasih pada pihak-pihak yang terlibat, oleh sebab itu ucapan terimakasih yang tulus penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Moch. Asmawi, M.Pd selaku Direktur PPs UNJ
2. Dr. Mohamad Rizan. SE, MM selaku Ketua Program MM FEUNJ sekaligus Pembimbing 1
3. Dr. Saparuddin M, SE, M.Si selaku Pembimbing 11
4. Dr. Harya kuncara Wiralaga. SE, M.Si selaku Penguji Sidang
5. Dr. I ketut R. Sudiarditha. SE, M.Si selaku Sekretaris Sidang
6. Trimakasih pada para Dosen Universitas Negeri Jakarta yang tidak bisa saya tulis satu persatu hususnya yang mengajar Magister Manajemen
7. Para karyawan dan setaf Universitas Negri Jakarta
8. Teman-Teman Magister Manajemen Hususnya Angkatan 3
9. Trimakasih buat Kedua Orangtua saya Ayahanda H. Syakban Agani (alm) dan Ibunda Dati Salmah yang selalu Membimbing serta Mendoakan saya
10. Trimakasih buat Wan Ir. H. Amir Husin M.Sc yang selalu Memberikan Pengarahan dan Motivasi.

11. Trimakasih buat Abang Barmawi selalau, Firdaus Selalau, Hendrik Selalau, Hj Mardiah Sy, Marlina Sy. Yang selalu mendukung dan mendoakan saya.

12. Trimakasih Buat Andi Carson. SH yang selalu Memberi Suport dan Serhatian selama dalam Pelaksanaan Penulisan Tesis ini

Akhir kata  
semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua selaku mahasiswa Program  
Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta  
pada umumnya dan bagi diri penulis pada khususnya. semoga Allah SWT  
selalu melimpahkan rahmatnya sertakanunianya yang  
tiada hentik kepada kita semua.

Jakarta, Januari 2015

Meidiana