



ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK ERHA JAKARTA SELATAN

ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, SERVICE AND BRAND IMAGE ON LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AT THE ERHA CLINIC, SOUTH JAKARTA

Rini Putri Utami¹, Saparso², Soegeng Wahyoedi³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Magister Manajemen, Universitas Kristen Krida Wacana; Email: riniputri124@gmail.com

ARTICLE INFO

Correspondent

Rini Putri
riniputri124@gmail.com

Keywords:

Product Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1886 – 1899

ABSTRACT

This research aims to analyze factors that can influence customer loyalty. The variables used in this research are product quality, service quality and brand image as independent variables, customer satisfaction as a mediating variable and customer loyalty as the dependent variable. The method used was to distribute questionnaires to customers' of ERHA clinic in South Jakarta. The results of the research that has been carried out show that (1) there is a significant influence between product quality on customer loyalty, (2) service quality on customer loyalty, and (3) brand image on customer loyalty. Apart from that, it was also found that (4) there was an influence between product quality on customer loyalty, (5) service quality on customer loyalty, and (6) brand image on customer satisfaction. Indirectly, (7) product quality influences customer loyalty through the role of customer satisfaction. (8) Service quality also influences customer loyalty through the role of customer satisfaction. Lastly is (9) brand image which influences customer loyalty through the role of customer satisfaction.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Rini Putri riniputri124@gmail.com Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan. Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER Hal: 1886 - 1899	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek sebagai variabel <i>independent</i>, kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dan loyalitas pelanggan sebagai variabel <i>dependent</i>. Metode yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan klinik ERHA di Jakarta Selatan. Hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, (2) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, ditemukan juga (4) terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, (5) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan (6) citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung, (7) kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan. (8) Kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan. Terakhir adalah (9) citra merek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan.

Copyright © 2023 JSER. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Setiap manusia diciptakan dengan rupa yang berbeda dimana terdapat unsur kecantikan yang berbeda dari dalam dirinya. Dalam mempercantik dirinya, manusia akan melakukan sebuah perawatan pada sebuah klinik. Pada dasarnya, klinik kecantikan tidak hanya memberikan pelayanan terhadap *treatment*, namun juga terdapat konsultasi dengan dokter agar pelanggan dapat mengetahui permasalahan yang dirasakan pada kulit wajah (Pertwi & M Tridiana, 2020). Klinik kecantikan merupakan salah satu klinik yang paling sering dikunjungi oleh pria dan wanita ketika memiliki permasalahan pada kulit wajah. Sebagaimana yang diketahui, kulit wajah pria dan wanita terbagi ke dalam dua jenis yaitu kering dan berminyak. Seseorang dengan jenis wajah yang kering memiliki permasalahan pada kelembapan kulit sedangkan seseorang dengan jenis wajah berminyak memiliki permasalahan pada jerawat. Oleh sebab itu, peran klinik kecantikan menjadi salah satu peran yang besar dalam mempengaruhi perawatan wajah.

Loyalitas pelanggan sangat menentukan keberlangsungan dari perusahaan. Dalam persaingan yang begitu ketat, loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan lain. Pelanggan yang loyal mampu memberikan peningkatan terhadap jumlah kunjungan. Hal ini dikarenakan pelanggan yang loyal memiliki komitmen untuk selalu membeli

atau menggunakan jasa yang ditawarkan (Rahmawati & Kusniawati, 2019). Sikap loyalitas ini dapat dilihat dari perilaku pelanggan yang menunjukkan antusiasme terhadap suatu produk atau layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek (Milasari et al., 2021). Kualitas produk yang ditunjukkan oleh sebuah klinik kecantikan harus dapat menunjukkan adanya kualitas yang berdampak pada kulit pelanggan. Melalui adanya kualitas produk yang terjamin, maka pelanggan akan memiliki ketertarikan untuk memberikan komitmennya kepada sebuah klinik kecantikan (Pelawi & Aprillia, 2023).

Armayanti & Suyanto (2019) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek menunjukkan pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, diketahui juga kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan membantu membentuk loyalitas. Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek menunjukkan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya persentase pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 77.9 persen.

Peneliti telah melakukan analisa pada klinik ERHA Jakarta Selatan dimana terdapat beberapa penurunan dalam jumlah kunjungan pelanggan selama tahun 2023. Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui observasi, diketahui bahwa pada bulan Januari terdapat jumlah pengunjung sebanyak 75 orang namun menurun di bulan Februari menjadi 60 orang. Pada bulan Maret kunjungan kembali meningkat hingga 72 pelanggan. Pada bulan April, terdapat penurunan pelanggan hingga 65 orang. Pada bulan Mei diketahui bahwa jumlah pelanggan yang berkunjung adalah sebanyak 60 pasien. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan para klinik kecantikan Erha, diketahui bahwa permasalahan yang ditemukan di dalam Erha Klinik adalah dari bentuk pelayanan yang diberikan. Apabila klien sedang banyak, maka akan membuat beberapa klien mengalami beberapa pengalaman yang kurang menyenangkan sehingga hal ini membentuk ketidakpuasan dari dalam diri pelanggan. Selain itu, produk yang dibutuhkan terkadang akan mengalami beberapa bagian yang kosong sehingga ketika diinginkan oleh pelanggan harus menunggu waktu yang lebih lama. Dalam hal citra, Erha klinik memiliki citra yang positif, hal ini dapat terlihat dari posisi *top brand index* yang menunjukkan bahwa Erha klinik menempati posisi pertama.

Dari hasil observasi dan wawancara yang sudah dilakukan kepada pelanggan ERHA Jakarta Selatan, ditemukan bahwa beberapa pelanggan merasa kualitas produk yang ditawarkan oleh ERHA kurang bagus sehingga membuat mukanya berjerawat. Beberapa pelanggan juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dari klinik lain lebih memuaskan dibandingkan ERHA. Kualitas produk dan pelayanan yang rendah membuat pelanggan kurang tertarik untuk menunjukkan loyalitasnya karena rasa puas yang tidak terpenuhi. Sehingga peneliti tertarik akan melakukan penelitian mengenai "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan pelanggan Klinik Kecantikan ERHA Jakarta Selatan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan".

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan dan citra merek yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan pada Klinik Erha Kecantikan Jakarta Selatan. Penetapan jumlah responden akan dilakukan dengan menggunakan rumus Hair et al dalam (Fandi, 2019) dengan penetapan pada total indikator yang dikali 5. Keseluruhan nilai indikator adalah 40 pertanyaan sehingga berikut adalah kalkulasinya:

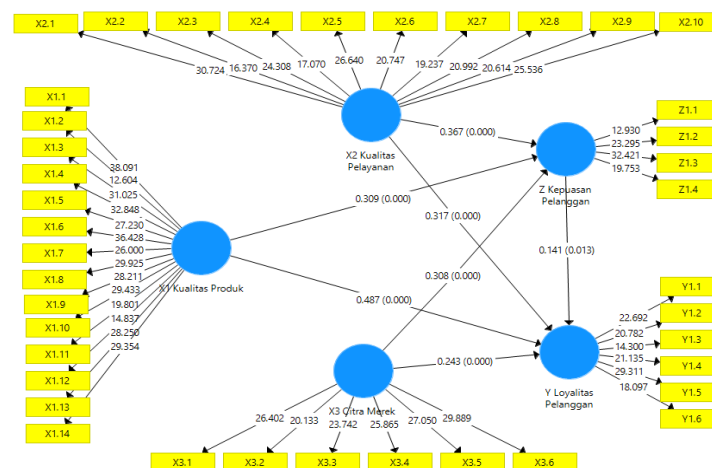
$$\text{Sampel} = 40 \times 5 = 200 \text{ responden}$$

Dalam perhitungan tersebut, maka minimal sampel yang harus didapatkan adalah 200 responden. Dalam melakukan penelitian, diperlukan pengujian terhadap 30 responden terlebih dahulu untuk menguji kevalidannya.

Penggumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei dimana peneliti mengumpulkan data dimana dijalankan melalui membagikan pertanyaan untuk individu – individu yang sudah menjadi target responden. Survei yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Pengujian analisis data penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *structural equation model* atau yang dikenal dengan sebutan SEM. Pengujian SEM merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur kemampuan variabel laten yang terdapat di dalam suatu penelitian. Program aplikasi yang akan digunakan adalah SMART PLS dimana dalam pengujian ini, akan menggunakan model inner dan outer untuk dapat menguji pengaruh antara masing-masing variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis



Gambar 1. Hasil Uji Hipotesis

Gambar Hasil Perhitungan Uji Bootstrapping Struktural Jalur Penelitian Analisis koefisien model struktural digunakan untuk menguji hipotesis dengan cara mengetahui hubungan mana yang berpengaruh secara signifikan. Jika nilai p-value < α (0,05) maka hubungan tersebut signifikan, sebaliknya jika nilai p-value > α (0,05) maka hubungan tersebut tidak signifikan (Joseph F Hair et al., 2017).

Tabel 1. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Model Penelitian

Hipotesis	Koefisien Jalur	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H1	X1 Kualitas Produk -> Y Loyalitas Pelanggan	0,487	8,856	0,000	diterima
H2	X2 Kualitas Pelayanan -> Y Loyalitas Pelanggan	0,317	5,681	0,000	diterima
H3	X3 Citra Merek -> Y Loyalitas Pelanggan	0,243	5,010	0,000	diterima
H4	X1 Kualitas Produk -> Z Kepuasan Pelanggan	0,309	4,710	0,000	diterima
H5	X2 Kualitas Pelayanan -> Z Kepuasan Pelanggan	0,367	5,607	0,000	diterima
H6	X3 Citra Merek -> Z Kepuasan Pelanggan	0,308	5,307	0,000	diterima

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui informasi sebagai berikut:

- X1 Kualitas Produk → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,487 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H1 Diterima**.
- X2 Kualitas Pelayanan → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.317 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H2 Diterima**.
- X3 Citra Merek → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,243 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H3 Diterima**.
- X1 Kualitas Produk → Z Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,309 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H4 Diterima**.
- X2 Kualitas Pelayanan → Z Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.367 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H5 Diterima**.
- X3 Citra Merek → Z Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,308 dan P Values $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H6 Diterima**.

Tabel 2. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Model Penelitian

Hipotesis	Koefisien Jalur	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H7	X1 Kualitas Produk -> Z Kepuasan Pelanggan -> Y Loyalitas Pelanggan	0,043	2,187	0,029	diterima
H8	X2 Kualitas Pelayanan -> Z Kepuasan Pelanggan -> Y Loyalitas Pelanggan	0,052	2,238	0,026	diterima
H9	X3 Citra Merek -> Z Kepuasan Pelanggan -> Y Loyalitas Pelanggan	0,043	2,209	0,028	diterima

- X1 Kualitas Produk → Z Kepuasan Pelanggan → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,043 dan P Values 0.029 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H7 Diterima**.
- X2 Kualitas Pelayanan → Z Kepuasan Pelanggan → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,052 dan P Values 0.026 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H8 Diterima**.
- X3 Citra Merek → Z Kepuasan Pelanggan → Y Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0,043 dan P Values 0.028 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif signifikan. Maka **H9 Diterima**.

Pembahasan

Kualitas Produk Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H1 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Temuan ini sesuai dengan penelitian Rawis et al., (2020) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk perlu diperhatikan oleh perusahaan agar dapat mempengaruhi loyalitas yang akan diberikan oleh pelanggan. Seorang pelanggan yang merasa bahwa produk berkualitas akan menunjukkan rasa kepuasan yang dapat mempengaruhi bentuk perilaku loyalitas yang diberikan kepada perusahaan (Febrida et al., 2020).

Kualitas produk yang bernilai akan menjadi pertimbangan dari para pelanggan untuk menunjukkan komitmennya. Produk yang berkualitas dapat dilihat dari adanya unsur karakter, manfaat, keunikan dan lain sebagainya sehingga loyalitas pelanggan dapat meningkat (Marpaung & Mekaniwati, 2020). Tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas produk menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H2 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Temuan ini selaras dengan studi Afriani & Setyono (2020) dimana dikatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang memuaskan juga akan mempengaruhi loyalitas pelanggan karena setiap pelanggan yang memperoleh pengalaman memuaskan akan mengubah perilakunya. Dalam hal ini, pelanggan akan menunjukkan komitmen kepada perusahaan melalui kualitas pelayanan dan rasa kepuasan yang diperoleh (Afriani & Setyono, 2020). Kualitas pelayanan yang positif akan menunjukkan dampak yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Setiap pelanggan memiliki ekspektasi dari kualitas pelayanan yang seharusnya diberikan. Oleh sebab itu, penyedia jasa seperti klinik ERHA harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan (Ahri et al., 2023).

Citra Merek Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H3 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Aulia (2022) memberikan dukungannya terhadap hasil penelitian ini melalui temuannya yang membuktikan bahwa citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan. Citra merek yang positif juga akan mempengaruhi ketertarikan pelanggan di dalam menunjukkan loyalitasnya. Citra merek yang positif mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dirinya lebih yakin untuk menunjukkan komitmen kepada perusahaan. Fajrin et al., (2018) juga menyatakan bahwa citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan karena adanya keyakinan yang ditunjukkan. Dalam membangun loyalitas pelanggan, diperlukan citra merek yang positif untuk dapat menunjukkan keyakinan dan mempengaruhi pandangan masyarakat.

Kualitas Produk Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H4 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Marpaung & Mekaniwati (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pramudita et al., (2023) juga

mengungkapkan bahwa kualitas produk harus menunjukkan keandalan dan kekuatan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan yang melakukan pembelian produk akan mempertimbangkan kualitas produk dari segala sisi. Hal ini yang akan menunjukkan pengalaman memuaskan kepada pelanggan.

Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H5 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Febrida et al., (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 34 %. Penelitian Setyawan & Farahdibba (2021) juga mendukung hasil penelitian ini dengan mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan akan menunjukkan pengalaman yang memuaskan ketika pelayanan yang diberikan oleh sebuah *brand* dapat menunjukkan kualitas yang tinggi.

Citra Merek Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H6 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan klinik ERHA Jakarta. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.000 < 0.05$. Setyawan & Farahdibba (2021) mendukung hasil penelitian ini dengan mengungkapkan bahwa citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan. Fahmi (2021) juga mendukung penelitian ini dengan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek yang positif akan mempengaruhi rasa kepuasan pelanggan dari segi kepercayaan. Ketika pelanggan menggunakan jasa klinik ERHA dan memperhatikan citra merek yang positif, maka akan muncul sebuah kepercayaan dan keyakinan di dalam diri pelanggan. Melalui hal ini, akan tercipta sebuah kepuasan pada pelanggan.

Kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H7 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.029 < 0.05$. Wibowo & Ariyanti (2023) mendukung penelitian ini melalui hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan melalui adanya kepuasan pelanggan.

Widiaswara & Sutopo (2017) juga menyetujui pernyataan tersebut dengan mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi penghubung untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan mempertimbangkan kualitas produk. Selain itu, Daniswara & Rahardjo (2023) juga mengungkapkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi loaylitas pelanggan melalui adanya kepuasan yang

dirasakan. Rasa puas yang tercipta akan membuat pelanggan ingin menunjukkan loyalitasnya.

Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H8 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.026 < 0.05$. Larasati & Suryoko (2020) juga menunjukkan temuan positif dengan menyebutkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui penggunaan kepuasan pelanggan. Rawis et al., (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbentuk untuk menunjukkan kepuasan yang berdampak pada keinginan untuk memberikan komitmen. Pelayanan yang berkualitas pada klinik ERHA akan menciptakan kepuasan sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **H9 diterima**, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Nilai p-values yang diperoleh adalah $0.028 < 0.05$. Penelitian ini memperoleh dukungan yang kuat dari Wakhidah et al., (2017) yang menjelaskan bahwa citra merek mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan klinik ERHA Jakarta Selatan ketika menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Daniswara & Rahardjo (2023) mengatakan bahwa citra merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ketika terdapat kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh para pelanggan. Rasa puas digunakan sebagai variabel yang membentuk loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi. Widiawara & Sutopo (2017) juga mendukung hasil penelitian ini dengan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui adanya kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, ditemukan juga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung, kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan. Terakhir adalah citra merek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peran kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, L. N., & Setyono, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 123. <https://doi.org/10.12928/fokus.v7i2.1741>
- Ahri, R. A., Puspitasari, A. W., Haeruddin, H., Yuliati, Y., & ... (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Kembali Pasien Rawat Inap Melalui Kepuasan Sebagai Mediasi Di Rumah Sakit Umum Sisaldjufrie Palu. *Ekonomika*, 7(1), 171-184. <https://journal.ildikti9.id/Ekonomika/article/view/839%0Ahttps://journal.ildikti9.id/Ekonomika/article/download/839/626>
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53-60. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.586>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Angkie, N., & Tanoto, S. R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287083.
- Armayanti, A. S., & Suyanto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 131-138.
- Augustine, L., Rewindinar, R., & Marta, R. F. (2021). Building the Customers Loyalty of Hennes and Mauritz Brand Fashion in Indonesia Using Twitter. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2). <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.34355>
- Aulia, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Klinik Kecantikan London Beauty Center. *Pragmatis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 90-101.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian batik Karawang Di Ramayana Mall., Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 1(2), 59-69. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan

- Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Madic*, September, 236–244.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/madic/article/view/7596>
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15.
- Dennisa, E. A., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–572. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 471–480.
<https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.08>
- Fajrin, S. R., Tresnati, R., & Maharani, N. (2018). Prosiding Manajemen Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pelanggan Toko Seragam Sekolah Resko Bandung). *Prosiding Manajemen*, 470–473.
- Fakhrudin, A. (2021). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bandar Udara Notohadi Negero Jember. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(1), 97–107.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Fathin, A., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 284–307.
- Febrida, A., Ridwan, D. H., & Nastiti, D. H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millenial . *Jurnal Business Management, Economic, and Accounting*, 1, 500–513.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2).
<https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8128>

- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 142–153.
- Joseph F Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (Second Edi). SAGE Publications, Inc.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28797>
- Luh, N., Kartika, A., Sarja, Y., Jalan, S. B., & Puputan, R. (2018). Pengukuran Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Dosen Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Sistem Daninformatika*, 12(2), 15–25.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di Pt. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Milasari, S., Komarsyah, D., & Nugeraha, P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas (Studi Pada Konsumen Bakso & Mie Ayam Sonhaji Sony Di Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1, 235–250. <http://jkb.fisip.unila.ac.id/index.php/jkb/article/view/149>
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Pelawi, R. W. O., & Aprillia, A. (2023). Pengujian Efek Kualitas Produk Halal dan Religiusitas Pada Loyalitas Konsumen Produk Wardah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 978–985. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2737>
- Pertiwi, R. I., & M Tridiana, L. (2020). Model Petri Net Dari Antrian Klinik Kecantikan Serta Aplikasinya Pada Aljabar Maxplus. *MApp (Mathematics and Application) Journal*, 2(1), 34–40.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan*

- Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Rahmawati, Y. O., & Kusniawati, A. (2019). Pengaruh Customer Reationship Managemet Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102–115.
- Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behaviuoral intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 302–330. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0004>
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Rawis, R. R. S., Lopian, J., & Wullur, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Novotel Manado). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 7(2), 464–475.
- Remiasa, M., Pudjianto, M. G., & Soewito, C. A. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction di Domocile Kithen and Lounge Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 35, 399–410.
- Rombe, E., & Ulandari, P. N. L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Sabnishop Di Kota Palu. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 358–367. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3701>
- Safarudin, M. S. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna MarketplaceTokopedia Dengan Metode PIECES di Tokopedia Community Batam. *SNISTEK - Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi*, 1(1), 109–114.
- Setyawan, A. A., & Farahdibba, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Produk Kopi). *The 14th University Research Colloquium*, 368–378. [http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/90144%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/90144/1/NASKAH PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/90144%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/90144/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf)
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Tabrani, M., Amin, M., & Nizam, A. (2018). Trust, commitment, customer intimacy and customer loyalty in Islamic banking relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 36(5), 823–848. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2017-0054>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. CV ANDI OFFSET.
- Top Brand Award. (2023). *Komparasi Brand Index Klinik Kecantikan*.

https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=567

- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(1), 105–122. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 76–84.
- Wahyuni, M. D. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Manajerial*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v5i1.737>
- Wakhidah, E. N., Permatasari, Y. A., & Pramesti, D. (2017). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Batik Arum Madani Surakarta). *Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Wibowo, D. K., & Ariyanti, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan , Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan First Media Di Jakarta)*. 10(2), 928–935.
- Widiaswara, T., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 1–24.