

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN (STUDI KASUS LAYANAN
APLIKASI ALODOKTER)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Manajemen



RIZKY HERDIANTO

NIM: 2201001013

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah dinyatakan dengan benar**

Nama : Rizky Herdianto

NIM : 2201001013

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Rizky Herdianto

NIM : 2201001013

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Layanan Aplikasi Alodokter)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian
persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada
Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie**

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr.agr. Wahyudi David, S.TP. M.Sc.


(.....)

Penguji : Muchsin S. Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D.


Muchsin
(.....)

Penguji : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M.


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta.

Tanggal : 21 Agustus 2023.

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan yang merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Bakrie.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, baik dalam teknik maupun materinya. Hal itu terjadi karena terbatasnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki, namun besar harapan penulis supaya Karya Tulis Akhir yang sederhana ini dapat membuka jalan untuk penulis selanjutnya.

Tesis ini dapat diselesaikan berkat peran serta, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala dapat teratasi dan segala macam keluh kesah dapat dihadapi. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang mulia ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ratna Indira Nirwan Bakrie selaku Ketua Yayasan Pendidikan Bakrie
2. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU selaku Rektor Universitas Bakrie.
3. Bapak Arief Suharko, Ph.D selaku Kepala Program Studi S-2 Magister Manajemen Universitas Bakrie.
4. Bapak Dr.agr. Wahyudi David, S.TP., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bantuan dan saran kepada penulis selama masa perkuliahan juga menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini.
5. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk proses sidang tesis. Terima kasih untuk kritik dan saran selama proses sidang.
6. Segenap dosen di Universitas Bakrie atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama perkuliahan.
7. Pimpinan dan Seluruh karyawan Alodokter yang telah mengizinkan dan banyak membantu penulis selama memperoleh data untuk menyelesaikan Karya Tulis Akhir ini.
8. Untuk Orang Tua yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materil, yang bersedia mendengarkan curahan hati penulis dan menyediakan sarana prasarana penunjang sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Untuk Riska selaku istri saya dan Rajendra anak laki-laki saya terima kasih telah menjadi penyemangat dan menemani dalam doa yang diberikan dalam berjuang menyelesaikan Karya Tulis Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti memperkenankan kepada pembaca untuk menyampaikan saran dan kritik yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki kekurangan tersebut.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizky Herdianto', written over a printed name.

Rizky Herdianto

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Herdianto
NIM : 2201001013
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Layanan Aplikasi Alodokter)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Layanan Aplikasi Alodokter)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Agustus 2023

Yang menyatakan



Rizky Herdianto

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS LAYANAN APLIKASI ALODOKTER)

Rizky Herdianto

ABSTRAK

Alodokter merupakan aplikasi layanan kesehatan elektronik yang membantu pengguna untuk melakukan konsultasi kesehatan secara elektronik melalui smartphone atau perangkat lain yang mendukung koneksi internet. Saat ini aplikasi-aplikasi yang memberikan konten kesehatan banyak dilirik dan diminati oleh kalangan remaja dan dewasa. Jasa layanan online kian menjamur di era digital. Menjawab kebutuhan masyarakat untuk memenuhinya tanpa repot melangkah kaki keluar rumah maka Alodokter hadir menjawab kebutuhan tersebut. Kondisi pandemi COVID-19 mendorong terjadinya perubahan struktural yang sangat cepat baik di dunia kesehatan, untuk mengurangi potensi penyebaran Covid-19 tentunya mendorong banyak kegiatan yang dilakukan secara daring termasuk konsultasi kesehatan.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengevaluasi besarnya pengaruh promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Layanan Aplikasi Alodokter). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Alodokter yang tersebar seluruh Indonesia dan sampel yang diambil adalah sebanyak 168 responden. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Hasil analisis regresi logistik multinomial variabel independen promosi memiliki nilai sig sebesar 0.0050 (0.001/2), yang kurang dari 0.05 atau ambang batas toleransi kesalahan. Hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel promosi terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Alodokter. Hasil analisis regresi logistik multinomial variabel independen kualitas produk memiliki nilai sig sebesar 0.0019 (0.038/2), yang kurang dari 0.05 atau ambang batas toleransi kesalahan. Hasil ini membuktikan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Alodokter. Hasil analisis regresi logistik multinomial variabel independen kualitas pelayanan memiliki nilai sig sebesar 0.192 (0.384/2), yang lebih dari 0.05 atau di atas ambang batas toleransi kesalahan. Hasil ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen aplikasi Alodokter. Promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Layanan Aplikasi Alodokter) sebesar sebesar 0.368 atau 36.8%, adapun sisanya sebesar 63.2% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| COVER DEPAN | 0 |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| ABSTRAK | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 9 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1. Promosi | 11 |
| 2.1.1. Pengertian Promosi | 11 |
| 2.1.2. Bauran Promosi..... | 12 |
| 2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi | 14 |
| 2.1.4. Alat-Alat Promosi Penjualan | 19 |
| 2.1.5. Dimensi dan Indikator Promosi | 20 |
| 2.2. Kualitas Produk..... | 21 |
| 2.2.1. Pengertian Kualitas Produk | 21 |
| 2.2.2. Unsur-Unsur Kualitas Produk..... | 22 |
| 2.2.3. Dimensi Kualitas Produk | 24 |
| 2.3. Kualitas Pelayanan..... | 25 |

| | |
|---|----|
| 2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan..... | 25 |
| 2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan | 26 |
| 2.4. Kepuasan Konsumen | 29 |
| 2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen | 29 |
| 2.4.2. Konsekuensi Kepuasan Konsumen..... | 30 |
| 2.4.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen | 30 |
| 2.4.4. Dimensi Kepuasan Konsumen..... | 31 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu | 32 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Desain Penelitian | 38 |
| 3.2. Operasionalisasi Penelitian | 39 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian..... | 40 |
| 3.3.1. Jenis Data | 40 |
| 3.3.2. Sumber Data | 40 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| 3.5. Populasi dan Sampel | 42 |
| 3.5.1. Populasi..... | 42 |
| 3.5.2. Sampel | 43 |
| 3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel | 43 |
| 3.6. Pengujian Instrumen Penelitian | 44 |
| 3.6.1. Uji Validitas | 44 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.7. Uji Hipotesis | 46 |
| 3.7.1. Uji Independensi | 47 |
| 3.7.2. Uji Overall Model Fit/Omnibus..... | 48 |
| 3.7.3. Uji Wald (Uji Parsial dalam Regresi Logistik)..... | 49 |
| 3.7.4 Uji Kecocokan Model Regresi (Goodness of Fit) | 50 |
| 3.7.5 Uji Koefisiensi Determinasi McFadden, Cox dan Snell dan Nagelkerke..... | 52 |
| 3.7.6 Model regresi logistik multinomial..... | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7.7 Interpretasi Model..... | 54 |
| 3.8. Kerangka Berpikir..... | 55 |
| 3.9. Hipotesis | 55 |
| BAB IV METODE PENELITIAN | |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 56 |
| 4.2 Analisis Karakteristik Responden..... | 60 |
| 4.3 Uji Instrumen | 64 |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas | 64 |
| 4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas | 67 |
| 4.4 Analisis Statistik Deskriptif | 70 |
| 4.4.1 Variabel Promosi | 71 |
| 4.4.2 Variabel Kualitas Produk..... | 71 |
| 4.4.3 Variabel Kualitas Pelayanan..... | 72 |
| 4.4.4 Variabel Kepuasan Konsumen..... | 73 |
| 4.5 Uji Regresi Logistik Multinomial..... | 75 |
| 4.5.1 Pengujian Hipotesis | 76 |
| 4.5.1.1 Uji Simultan..... | 76 |
| 4.5.1.2 Uji Parsial..... | 78 |
| 4.5.1.3 Uji Nagelkerke's R Square | 80 |
| 4.5.1.4 Interpretasi Nilai (B)..... | 80 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian | 83 |
| 4.5.1 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 83 |
| 4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen | 85 |
| 4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen | 86 |
| 4.4.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen | 88 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 90 |
| 5.2. Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Kerangka Berpikir | 55 |
| Gambar 4.1 Logo Aplikasi Alodokter..... | 56 |
| Gambar 4.2 Tampilan Utama Aplikasi Alodokter | 57 |
| Gambar 4.3 Chat Konsultasi pada Aplikasi Alodokter..... | 58 |
| Gambar 4.4 Info pada Aplikasi Alodokter | 59 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 61 |
| Gambar 4.6 Karakteristik Responden Menurut Usia | 62 |
| Gambar 4.7 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pendidikan | 63 |
| Gambar 4.4 Scatterplot Heteroskedastisitas..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Ulasan Pengguna Aplikasi Alodokter Yang Di <i>Google Play</i> | 4 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... | 39 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi | 64 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk | 65 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan | 66 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen..... | 66 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi..... | 68 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk | 68 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan | 69 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen | 70 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Promosi | 71 |
| Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk..... | 72 |
| Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan..... | 73 |
| Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen | 74 |
| Tabel 4.13 Uji <i>Model Fitting Information</i> | 77 |
| Tabel 4.14 Uji Parsial..... | 78 |
| Tabel 4.15 Uji <i>Nagelkerke's R Square</i> | 80 |
| Tabel 4.16 Interpretasi Nilai (B) | 81 |