

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA ERHA DERMA CENTER KEMANGGISAN)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**



ALISA AGUSTINE

2211001003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alisa Agustine

NIM : 2211001003

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alisa Agustine', written in a cursive style.

(.....)

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Alisa Agustine

NIM : 2211001003

Program Studi : Magister Management


Judul Tesis : **Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Erha Derma Center Kemanggisan)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) di Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M. ()

Pembimbing 2 : Gunardi Endro, Ir., M.B.A., M.Hum., M.Soc.Sci., Ph.D. ()

Penguji 1 : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D ()

Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebaik mungkin sesuai dengan waktu yang direncanakan. Penyusunan Tugas Akhir yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Erha Derma Center Kemanggisan)”** ini dimaksudkan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen, Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.


Penulis pun menyadari bahwasanya penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M dan Bapak Gunardi Endro, Ir., M.B.A., M.Hum., M.Soc.Sci., Ph.D.selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan dalam mendukung proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan dalam penyusunan Tugas Akhir.
3. Suami dan calon anakku tercinta yang terus mendoakan dan mendukung semua langkah penulis. *“Kalian adalah anugrah terindah dan dukungan terkuat untuk Mami. Terima kasih banyak”*
4. Mama, Papa, Kakak, Adik, kakak ipar, adik ipar dan keponakan-keponakan kesayanganku: Menara, Dermaga, Kinan dan Drea, yang selalu memberikan *support* doa dan semangatnya.
5. Team Acne Centre dan Hair Centre terbaikku, Aurel, Caca, Gaby, Liza dan Tiara, yang telah banyak membantu dan memberi semangat selama perjuangan di tempat bekerja dan penyusunan tugas akhir ini.

6. Seluruh dosen Magister Management Universitas Bakrie yang telah banyak memberikan ilmu, pengalaman serta bimbingan yang sangat bermanfaat semasa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap semoga dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2023


Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alisa Agustine
NIM : 2211001003
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

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 Kualitas Layanan dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Erha Derma Center Kemanggisan)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : 02082023

Yang menyatakan



(Alisa Agustine)

ABSTRAK

Salah satu contoh dari pesatnya persaingan bisnis klinik kecantikan dapat dilihat pada klinik Erha Derma Center Kemanggisan. Erha hadir dengan dukungan dermatologist terbaik, produk yang inovatif, teknologi yang canggih dan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Jumlah pelanggan mengalami peningkatan pada tahun 2020 hingga tahun 2022. Jumlah pelanggan tertinggi pada tahun 2022 sebanyak 25.156 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Erha Clinic tergolong pelanggan yang loyal untuk tetap menggunakan produk dan jasa *treatment* dari Erha Clinic Kemanggisan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Erha Derma Center Kemanggisan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang disajikan dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 140 responden. Analisis statistik menggunakan metode SEM PLS untuk dilakukan pengujian model dan hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, *Word of Mouth*, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

One example of the rapid competition in the beauty clinic business can be seen at the Erha Derma Center Kemanggisan clinic. Erha comes with the support of the best dermatologists, innovative products, sophisticated technology and provides the best service for consumers. The number of subscribers has increased from 2020 to 2022. The highest number of subscribers in 2022 is 25,156 people. This shows that Erha Clinic customers are classified as loyal customers who continue to use products and treatment services from Erha Clinic Kemanggisan. This study aims to determine the effect of service quality and word of mouth on customer loyalty through customer satisfaction at Erha Derma Center Kemanggisan. This type of research is quantitative research. The data presented in this study were obtained through questionnaires which were distributed to 140 respondents. Statistical analysis used the SEM PLS method to test models and hypotheses. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Word of mouth has a positive and significant effect on customer loyalty. Word of mouth has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. Word of mouth has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Word of Mouth, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN THESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Definisi Konsep	13
2.1.1. Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2. Kualitas Layanan.....	17
2.1.3. <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	21
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pemikiran Konseptual	33
2.4. Kerangka Pemikiran.....	38
2.5. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian, Variabel Penelitian, dan Definisi Operasional Variabel	40
3.2. Populasi dan Sampling.....	42

3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.4. Metode Analisis	44
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	49
4.1. Karakteristik Responden	49
4.2. Analisis Deskriptif	51
4.3. Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	55
4.4. Temuan dan Diskusi	63
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Rekomendasi	71
5.3. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Top Brand Awards</i> Klinik Kecantikan Tahun 2023	2
Tabel 1.2. Data Pelanggan Erha Derma Center Kemanggisan	3
Tabel 1.3. Hasil Pra Survey.....	5
Tabel 1.4. Data Form Konsumen Baru Erha Kemanggisan.....	10
Tabel 1.5. <i>Research Gap</i>	10
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian PLS	47
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Table 4.5. Penilaian terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	51
Table 4.6. Penilaian terhadap Variabel Kualitas Layanan	52
Table 4.7. Penilaian terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i>	53
Table 4.8. Penilaian terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	54
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity</i>	55
Tabel 4.10. <i>Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	57
Tabel 4.11. <i>Composite Reliability</i>	58
Tabel 4.12. Nilai <i>R-Square</i>	58
Tabel 4.13. <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	59
Tabel 4.14. <i>Specific Indirect Effects (Mean, STDEV, T-Values)</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1. <i>Output</i> Koefisien Jalur	56
Gambar 4.2. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	60