

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN, HARGA DAN  
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. GAMMA FALAH INDONESIA DI PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :**

**FIRMANSYAH**

**NPM. 2001110008.P**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2023**

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Firmansyah  
Nomor Pokok : 2001110008.P  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN,  
HARGA DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GAMMA FALAH  
INDONESIA DI PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi  
Tanggal 12/10/2023 Pembimbing I : Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M  
NIDN : 0214038501

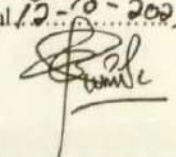
Tanggal 11-10-2023 Pembimbing II : Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si  
NIDN : 0201018001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal 12-10-2023

  
Dr. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal 12-10-2023

  
Mariyam Zanariah, S.E., M.M  
NIDN : 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Firmansyah  
Nomor Pokok : 2001110008.P  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUKALATKESEHATAN,  
HARGA DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GAMMA FALAH  
INDONESIA DI PALEMBANG**

Penguji Skripsi :

Tanggal 12/10/23 ..... Ketua Penguji : Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M  
NIDN : 0214038501

Tanggal 11-10-2023 ..... Penguji I : Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si  
NIDN : 0201018001

Tanggal 12 Oktober 2023 ..... Penguji II : Lusia Nargis, S.E., M.Si  
NIDN : 0221116101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Mariyam Zanariah, S.E., M.M  
NIDN : 0222096301

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firmansyah

Nomor Pokok : 2001110008.P

Jurusan/Prog. Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata I

Judul Skripsi :PENGARUH KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN,  
HARGA DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GAMMA FALAH  
INDONESIA DI PALEMBANG

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan karya ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademik dari Universitas Tridinanti Palembang sesuai hukum yang berlaku

Palembang, 06 Oktober 2023



Firmansyah

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

***“Cukupla Pada Tuhanmu Engkau Meminta”***

Kupersembahkan kepada :

- Kedua Orang Tuaku
- Kedua Dosen Pembimbing
- Saudara-saudaraku
- Teman seperjuangan
- Almamaterku

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya kita dapat berkumpul hari ini dalam keadaan sehat walafiat. Dalam kesempatan ini, saya mengajukan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Alat Kesehatan, Harga dan Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Alat Kesehatan, Harga dan Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang. Penelitian ini sangat penting karena membahas tentang pengaruh kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan, yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjaga kualitas produk dan harga serta loyalitas terhadap pelanggan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan kepada perusahaan dan pihak-pihak terkait mengenai pentingnya kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan, yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjaga kualitas produk dan harga serta loyalitas terhadap pelanggan.

Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat diterima dan dapat dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

1. Bapak Prof Dr.Ir. H. Edizal AE.,MS Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr.Msy Mikial,S.E.,M.Si.,AK.,CA,CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr.M.Ima Andriyani,SE.,M.Si.Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Mariyam Zanariah, S.E.,M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen.
5. Ibu Dr Sari Sakarina, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Dr.M.Ima Andriyani,SE.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si. Selaku Dosen Penguj Ujian Skripsi.
8. Bapak Kulna Hassalilah S.E selaku Branch Manager PT Gamma Falah Indonesia di Palembang.
9. Bapak Aidil Ilhamsyah . Selaku Distrik Manajer PT Gamma Falah Indonesia di Palembang.
10. Bapak Firmansyah. Selaku Supervisor PT Gamma Falah Indonesia di Palembang.

11. Ibu Fenny. Selaku Kepala staf Administrasi dan keuangan PT Gamma Falah Indonesia di Palembang.
12. Kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi dalam menyusun membantu menyusun susunan skripsi ini dan studi yang saya tempuh.
13. Semua pihak yang berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal baik Bapak-bapak dan Ibu-ibu mendapat balasan dari Tuhan Yang Esa. Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Palembang, 06 Oktober 2023

Firmansyah

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori. ....	8
2.1.1 Kualitas Produk .....	8
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	8
2.1.1.2 Manfaat Kualitas Produk.....	9
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	10



2.1.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	13
2.1.2 Harga.....	14
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.1.2.2 Peranan Harga.....	15
2.1.2.3 Dimensi Harga .....	15
2.1.2.4 Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.1.2.5 Faktor-faktor Penentu Harga .....	16
2.1.2.6 Indikator Harga .....	17
2.1.3 Persepsi Konsumen .....	18
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Konsumen .....	18
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen .....	18
2.1.3.3 Jenis-jenis Persepsi Konsumen.....	20
2.1.3.4 Aspek Persepsi Konsumen .....	21
2.1.3.5 Dimensi Persepsi Konsumen .....	22
2.1.3.6 Indikator persepsi Konsumen .....	23
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	25
2.1.4.3 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	26
2.1.4.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	27
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan .....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
3.1.1 Tempat Penelitian .....	34
3.1.2 Waktu Penelitian .....	34
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.2.1 Sumber Data .....	35
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel .....	37
3.4 Rencana Penelitian .....	37
3.5 Variabel dan Defenisi Operasional .....	37
3.5.1 Variabel Penelitian .....	38
3.5.1.1 Variabel Dependen .....	38
3.5.1.2 Variabel Independen .....	38
3.5.1.3 Depenisi Variabel Operasional .....	38
3.6 Instrumen Penelitian .....	40
3.7 Teknik Analisis .....	40
3.7.1 Teknik Statistik Inferensial .....	41
3.7.1.1 Analisis Regresi Berganda .....	41
3.7.1.2 Koefisiensi Korelasi .....	42
3.7.1.3 Uji Koefisiensi Determinasi .....	42
3.7.1.4 Uji Hipotesis .....	43
3.7.1.5 Uji F (Simultan) .....	43
3.7.1.6 Uji T (Parsial) .....	44

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil PT Gamma Falah Indonesia .....	45
A. Visi PT Gamma Falah Indonesia .....	45
B. Misi PT Gamma Falah Indonesia .....	45
4.1.1 Struktur Organisasi PT Gamma Falah Indonesia .....	46
4.1.2 Karakteristik Pegawai .....	47
4.2 Pengujian kualitas Data .....	48
A. Uji Validitas .....	48
B. Uji Reabilitas .....	50
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4 Uji Hipotesis .....	53
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
4.4.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji F .....	55
4.5.3 Pngujian Hipotesis dengan Uji T .....	56
4.6 Pembahasan .....	59

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	64

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel :

1.1 Katalog harga produk PT Gamma Falah Indonesia di Palembang .....	3
2.1 Penelitian Lain Yang Relevan .....	32
3.1 Variabel dan Defenisi Operasional .....	39
4.1 Karakteristik Pegawai PT Gamma Falah Indonesia di Palembang .....	50
4.2 Hasil Uji Validitas X1 .....	50
4.3 Hasil Uji Validitas X2 .....	51
4.4 Hasil Uji Validitas X3 .....	51
4.5 Hasil Uji Validitas Y .....	52
4.6 Hasil Uji Relabilitas .....	52
4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	54
4.8 Hasil Uji Hipotesis .....	55

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar:

2.1 Kerangka Berpikir .....	32
4.1 Struktur Organisasi PT Gamma Falah Indonesia .....	49
4.2 Hasil Uji Normalitas .....	53

## **ABSTRAK**

### **Firmansyah, Pengaruh Kualitas Produk Alat Kesehatan, Harga dan Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang (Dibawah Bimbingan Dr Sari Sakarina, S.E.,M.M, dan Ibu Dr. M.Ima Andriyani, SE.,M.Si)**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang. Sample yang digunakan adalah sample jenuh sebanyak 38 dokter spesialis mata di wilayah Palembang sumatera selatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa kualitatif deskriptif dan metode kualitatif. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (uji F statistik) dengan nilai signifikansi  $0,004 \leq 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel indepenen berpengaruh terhadap variable dependen, Pengaruh kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan diperoleh hasil bahwa secara simultan atau serentak ketiga variabel bebas berpengaruh sehingga ke tiga variable itu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk Harga, Persepsi Konsumen dan Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

**Firmansyah, The Influence of Medical Device Product Quality, Price and Consumer Perception on Customer Loyalty at PT Gamma Falah Indonesia in Palembang (Under the Guidance of Dr. Sari Sakarina, S.E.,M.M, and Mrs. Dr. M.Ima Andriyani, SE.,M.Si)**

This research was conducted to find out how much influence the quality of medical device products, prices and consumer perceptions have on customer loyalty at PT Gamma Falah Indonesia in Palembang. The sample used was a saturated sample of 38 eye specialist doctors in the Palembang area, South Sumatra. The analytical method used in this research uses descriptive qualitative analysis and qualitative methods. Based on simultaneous hypothesis testing (statistical F test) with a significance value of  $0.004 \leq 0.05$ , it can be concluded that simultaneously the independent variable has an effect on the dependent variable. The effect of the quality of medical device products, price and consumer perception on customer loyalty is that the results obtained simultaneously or simultaneously the three independent variables have an influence so that the three variables have a significant influence on customer loyalty.

**Keywords: Product Quality, Price, Consumer Perception and Customer Loyalty**

## **RIWAYAT HIDUP**

FIRMANSYAH, Lahir di Sukarami, kecamatan Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan pada Tanggal 20 Februari 1992 Dari ayah Halik Ahyar dan Ibu Saripah, anak kedelapan dari delapan bersaudara. Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2004 di SD Negeri 3 Sukarami, Kec.Sekayu, kab. Musi Banyuasin, Sumatera Selatan. Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2007 di MTsN 1 Sukarami, Kec.Sekayu, kab. Musi Banyuasin, Sumatera Selatan, selanjutnya menyelesaikan sekolah tingkat atas pada tahun 2010 di MAN Model Sekayukab. Musi Banyuasin, Sumatera Selatan, dan selanjutnya menyelesaikan pendidikan Diploma Pada tahun 2013 di Politeknik Negeri Sriwijaya. Pada saat ini pada tahun 2020 masuk perguruan tinggi Universitas Tridianti Palembang tepatnya di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen.

Palembang, 06 Oktober 2023

Firmansyah



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bangsa Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai jumlah penduduk yang terbesar didunia, sehingga bangsa Indonesia merupakan suatu pasar yang sangat potensial untuk memasarkan berbagai macam produk baik produk dari dalam negeri maupun produk dari luar negeri. Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung di bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para konsumen, sehingga akan muncul loyalitas dalam benak konsumen

Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Amstrong (2017:354) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Produk yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan, dan juga harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Perusahaan mempunyai kewajiban

untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang kualitas produk yang dijual kepada pelanggan. Penekanan kualitas produk akan memberikan dampak positif terhadap penjualan, dikarenakan terbangunnya pola pikir dan keyakinan bahwa produk tersebut mempunyai kualitas yang baik sesuai dengan kebutuhan pelanggan, Setelah mempertimbangkan kualitas produk, harga juga semakin penting karena konsumen juga mempertimbangkan harga produk yang akan dibeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara kualitas produk dengan harga yang mereka terima.

Setiap perusahaan selalu berusaha meningkatkan volume penjualan dalam upaya memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan terutama di bidang ritel. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Dari fenomena loyalitas konsumen tersebut dapat diketahui bahwa pada dimensi pembelian ulang dimana konsumen yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik dikarenakan adanya persaingan antar perusahaan sehingga membuat konsumen dapat membandingkan dan memilih produk yang dirasa lebih bagus dibandingkan produk lain. Kepuasan pelanggan yang benar adalah kepuasan yang berlanjut menjadi loyalitas pelanggan sehingga perlu berusaha menciptakan kepuasan

pelanggan melalui beberapa tahapan proses yang dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu kualitas produk, harga produk, kenyamanan produk, dan dukungan pelanggan.

PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi alat-alat kesehatan yang berfokus pada devisi mata untuk operasi phaco, adapun untuk katalog produk yang dipasarkan sebagai berikut:

**Table 1.1**  
**Katalog Harga PT Gamma Falah Indonesia**

No	Nama Produk	Indikasi/Kegunaan	Komposisi	Kemasan	HNA
1	SBL-3	IOL untuk operasi Katarak	Bio Material Rayacryl	Box @ 1 IOL + Injector	Rp12.000.000
2	Cristalens Artis	IOL untuk operasi Katarak	Bio Material Rayacryl	Box @ 1 IOL + Injector	Rp2.050.000
3	Softec HD	IOL untuk operasi Katarak	Bio Material Rayacryl	Box @ 1 IOL + Injector	Rp1.650.000
4	Cristalens Clare	IOL untuk operasi Katarak	Bio Material Rayacryl	Box @ 1 IOL + Injector	Rp1.450.000
5	Op Fold Aspheric	IOL untuk operasi Katarak	Bio Material Rayacryl	Box @ 1 IOL + Injector	Rp375.000

Data diolah peneliti, 2023

Dengan target pendistribusian secara langsung ke dokter spesialis mata di Palembang yang berjumlah sebanyak 38 dokter spesialis mata, dengan demikian untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan maka perusahaan harus selalu memonitor kualitas produk dan harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar

kualitas produk dan harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Setelah melakukan wawancara secara langsung dengan kepala cabang PT Gamma Falah Indonesia di Palembang menyampaikan bahwasannya kondisi semakin ketatnya persaingan di bidang distribusi alat kesehatan terkhususnya di bidang operasi katarak ini, baik dari strategi, promo, program serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka pihak perusahaan PT Gamma Falah Indonesia di Palembang, harus benar benar memperhatikan kualitas produk, harga dan juga pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar bias menjadi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“Pengaruh Kualitas Produk Alat Kesehatan, Harga dan Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang berkenaan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang ?

3. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang ?
4. Apakah ada pengaruh persepsi konsumen secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisa, dan membuktikan:

1. Pengaruh kualitas produk alat kesehatan, harga dan persepsi konsumen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Gamma Falah Indonesia di Palembang
2. Pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang
3. Pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang
4. Pengaruh persepsi konsumen secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gamma Falah Indonesia di Palembang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan menghasilkan sesuatu yang diharapkan akan dapat memberikan kontribusi yang besar bagi ilmu pengetahuan pada umumnya, terutama yang berkaitan dengan pemasaran, serta sebagai bahan untuk mengkaji

dalam kaitannya dengan pemahaman mengenai kualitas produk alat kesehatan, harga serta persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan, dan pemahaman terkait dengan dampak serta penyebab dari kualitas produk alat kesehatan, harga serta persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

## 2. Bagi peneliti

Manfaat dilakukannya penelitian ini bagi peneliti adalah agar penelitian ini menjadi sarana untuk memperdalam serta mengaplikasikan pengetahuan yang didapat peneliti dalam ilmu pemasaran, terutama terkait dengan keutamaan kualitas produk alat kesehatan, harga serta persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan, yang telah didapatkan selama belajar untuk menyelesaikan permasalahan yang nyata di lapangan.

## 3. Bagi perusahaan.

Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan dalam pemasaran serta segala kebijakan yang terkait dengan segala aspek pemasaran secara lebih baik. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengambil langkah perbaikan untuk bagian-bagian atau program perusahaan yang masih belum optimal, serta mempertahankan atau melanjutkan program yang sudah berhasil.

## 4. Bagi aktivitas akademika

Bagi akademika, penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi terkait pemasaran dan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini akan bermanfaat ketika menemukan persoalan atau permasalahan yang serupa. Pembaca juga diharapkan dapat mengetahui, memahami serta

mengimplementasikan teori, serta konsep dari pemasaran termasuk didalamnya adalah kualitas produk, alat kesehatan harga dan persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan di dunia nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D.W. 2013. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Fadila. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Ferdinand. 2012. *Metode penelitian bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Gaspersz, Vincent. 2018. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, 2015. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabenta
- Griffin, 2013. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Natalia. 2012. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning* Jakarta: Gramedia
- Marwati. 2013. *Dimensi harga suatu produk*. Dalam web: <http://repository.iainkudus.ac.id/2385/5/5.%20BAB%20II.pdf>
- Otler, P. dan Armstrong, G. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Prawirosentono, Suyadi. 2012. *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara
- Robins. S. 2003. Dikutif <http://repository.iainkudus.ac.id/2385/5/5.%20BAB%20II.pdf>
- Santiago. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sofian, Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada



Sugiyono, 2013. *Akuntansi Biaya, Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabenta

Sudjono. 2010. *Prosedur Penelitian dan Pendekatan Praktek*. Jakarta: Alfabenta

Sujarweni. 2015. *Memahami penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabenta

Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Umar, H. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat