

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LABORATORIUM LABBIOGEN DI SURABAYA

Jois Fera Diana<sup>1</sup>, Drs Achmad Djoni Sudirman MBA<sup>2</sup>

1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT  
email: anishajavelin@gmail.com
2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT  
email: djoni.sudirman@yahoo.com

### Abstract

*This study aims to determine whether service quality and company image have an effect on customer satisfaction at the Labbiogen Laboratory in Surabaya. This research is a descriptive quantitative type with a population of 92 customers of Labbiogen Laboratory in the city of Surabaya and samples were obtained using a purposive sampling technique, where the criterion was that the customer had at least checked at least 2 times. The research data is primary data using a questionnaire which is distributed using a Google Form, which is done to avoid transmission of the Covid-19 virus. The results showed that: Service Quality and Corporate Image have a significant effect on Customer Satisfaction of the Labbiogen Laboratory in Surabaya, both partially and simultaneously. From the results of the coefficient of determination, the R<sup>2</sup> value is 0.479 or 47.90%. This shows that customer satisfaction can be explained by 47.90% by the independent variables namely Service Quality and Company Image). While 52.10% of the variable Customer Satisfaction is explained by other variables outside the independent variables in this study.*

**Keywords:** Service quality; corporate image; customer satisfaction

### 1. PENDAHULUAN

Kesehatan fisik merupakan hal penting untuk dijaga karena tubuh merupakan dasar dalam beraktivitas sehari-hari. Manusia tidak bisa bertindak saat tubuh sakit, dan kesuksesan hidup tidak bisa dinikmati saat tubuh sakit (likmi.ac.id, 2022). Kebutuhan ini mendorong masyarakat untuk menjaga kesehatan dan mencari layanan kesehatan yang diperlukan. Salah satu jenis layanan kesehatan yang sangat dibutuhkan adalah layanan laboratorium. Laboratorium Labbiogen merupakan laboratorium rujukan swasta. Laboratorium ini perlu mempertimbangkan bagaimana memberikan layanan yang memenuhi kepuasan konsumen. Sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya. Ketatnya persaingan di usaha jasa bidang Kesehatan juga turut mempengaruhi

persaingan antar Laboratorium klinik di surabaya yang turut berdampak pada Laboratorium Labbiogen.

Laboratorium Labbiogen di Surabaya beroperasi dengan jam pelayanan standar 8 jam kerja pada setiap harinya, termasuk dilakukan pada hari besar. Selain itu dari segi pemesanan pelayanan, konsumen diberikan kemudahan dengan melakukan pemesanan melalui nomor Whatsapp, telpon maupun melalui laman website. Hal ini membuat para konsumen merasa lebih nyaman menentukan waktu dan jamnya, sehingga kondisi mengantri panjang dapat dihindari. Menjadi pusat laboratorium rujukan yang handal dan terpercaya yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan harga yang terjangkau serta terus berinovasi melanjutkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Meningkatkan kualitas pelayanan menjadi sangat penting dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan dengan mengutamakan pelanggan sebagai fokus utama seperti yang disampaikan oleh (Tjiptono, 2019). Ini menurut studi (Finnora & Razak, 2017) dan (Atmanegara, Cahyono, Qomariah, & Sanosra, 2019) yang menyebutkan penyebab kegagalan perusahaan dibidang jasa pelayanan menjadi gagal, biasanya dikarenakan adanya kesenjangan tingkat harapan konsumen dan persepsi manajemen. Faktor-faktor seperti kualitas layanan dan reputasi perusahaan Laboratorium Labbiogen dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Citra ini dapat membentuk persepsi pasien terhadap laboratorium Labbiogen, pasien merasa pelayanannya baik. Kualitas layanan kepada pasien dapat dijelaskan sebagai gambaran dari sikap dan hubungan antara harapan pasien dan pengiriman layanan kepada mereka.

Kendala utama seputar kualitas pelayanan di Laboratorium Labbiogen Surabaya yaitu, masih sering terjadinya tidak saling komunikasi antara karyawan divisi yang saling berkaitan sehingga sering menimbulkan salah paham namun belum ada kebijakan terkait permasalahan karena sibuknya pelayanan pada masing-masing divisi. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh pihak manajemen terkait dengan pelanggan yang kurang puas dengan memberikan diskon pembayaran. Namun, hal ini dirasa kurang cukup untuk kelanjutan dan keberlangsungan usaha. Dimana, belum adanya penilaian KPI atau kinerja karyawan sehingga kualitas dari masing-masing karyawan kurang monitoring.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra positif perusahaan. Citra perusahaan menciptakan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang dijamin. Dengan memiliki citra perusahaan yang baik, kepercayaan konsumen terhadap

kualitas pelayanan juga meningkat. Citra perusahaan mencakup keseluruhan identitas organisasi, bukan hanya reputasi produk dan layanan yang disediakan (Tjiptono, 2019).

Permasalahan terkait citra perusahaan yang ada di Laboratorium Labbiogen Surabaya adalah belum adanya bagian divisi tertentu (marketing online) yang khusus mengenalkan jasa di Laboratorium Labbiogen Surabaya di media sosial dan segala pencapaiannya. Sehingga hal ini menjadi peluang besar bagi usaha kompetitor. Karena selama ini Laboratorium Labbiogen Surabaya meningkatkan citra perusahaan dengan sistem yang tergolong ketinggalan jaman, yaitu dengan mengikuti pameran untuk *medical check up*.

Kepuasan adalah tingkat emosional yang mencerminkan perbandingan antara layanan yang diterima dan diharapkan (Kotler & Armstrong, 2018). Untuk mencapai kepuasan pelanggan, penting untuk melibatkan aktivitas pemasaran. Hal ini dikarenakan tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2018). Ini menurut studi (Subagiyo & Budiman, 2019) dan (Maryati, Darna, & Muhidin, 2020) peningkatan kualitas layanan dan reputasi perusahaan secara positif berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menerapkan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan adalah pelanggan yang telah melakukan pemeriksaan minimal 2 kali. Jumlah sampel sebanyak 92 orang yang diperlukan untuk penelitian ini.

Lokasi penelitian di Jl. Klampis Jaya No. 37 D, Gebang Putih, Sukolilo, Klampis Ngasem, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya. Penelitian dilakukan sejak Januari 2022 hingga selesai.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei atau kuesioner. Dalam kuesioner ini peneliti memberi pertanyaan dan juga jawaban yang terdiri dari 4 (empat) kategori jawaban yang berskala

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Bebas Sebagai X

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan di Laboratorium Labbiogen Surabaya adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan pengguna jasa diagnostik laboratorium.

b. Citra Perusahaan (X2)

Citra perusahaan adalah impresi atau tanggapan yang terbentuk atau diperoleh seorang konsumen atau pelanggan ketika dia memahami informasinya tentang jasa yang ditawarkan oleh Laboratorium Labbiogen Surabaya. Sehingga pihak manahemen Laboratorium Labbiogen Surabaya harus mengkomunikasikan informasi terkait jenis pelayanan, ragam pelayanan, harga dan lainnya yang memudahkan konsumen untuk lebih mengenail Laboratorium Labbiogen Surabaya.

2. Variabel Terikat Sebagai Y

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seorang konsumen atau pelanggan tentang kinerja suatu jasa Lab yang ditawarkan oleh Laboratorium Labbiogen Surabaya yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan.

Tabel 1. Variabel Operasional

No.	Variabel	Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X1)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)
		<i>Reability</i> (Keandalan)
		<i>Responsiveness</i>

		(Daya Tanggap)
		<i>Assurance</i> (Jaminan)
		<i>Emphaty</i> (Kepedulian)
2	Citra Perusahaan (X2)	Lambang
		Media
		Suasana
		Peristiwa
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian Harapan
		Minat Berkunjung Kembali
		Kesediaan Merekomendasikan

Sumber: Olahan penulis, 2023

Analisis data terdiri dari: 1) statistik deskriptif, 2) uji asumsi klasik, 3) analisis regresi berganda, 4) uji hipotesis, dan 5) koefisien determinasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen

1) Uji Validitas Instrumen

Tabel 2. Uji Validitas

Pernyataan Indikator	rhitung	Syarat valid rhitung > rtabel	Hasil
X1_1	.330	0,205	Valid
X1_2	.406	0,205	
X1_3	.384	0,205	
X1_4	.239	0,205	
X1_5	.210	0,205	
X1_6	.395	0,205	
X1_7	.242	0,205	
X1_8	.357	0,205	
X1_9	.494	0,205	

X1_10	.316	0,205
X2_1	.592	0,205
X2_2	.388	0,205
X2_3	.569	0,205
X2_4	.548	0,205
X2_5	.344	0,205
X2_6	.390	0,205
X2_7	.555	0,205
X2_8	.668	0,205
Y1_1	.457	0,205
Y1_2	.269	0,205
Y1_3	.549	0,205
Y1_4	.360	0,205
Y1_5	.577	0,205
Y1_6	.571	0,205

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 2, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua indikator pada variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel, di mana nilai r-tabel adalah 0,205 (Sugiyono, 2019).

2) Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 3. Uji Reliabilitas

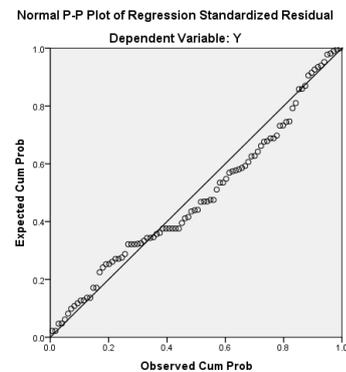
	Cronbach's Alpha	Syarat Reliabel	Hasil
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,664	>0,6	Reliabel
Citra Perusahaan (X <sub>2</sub> )	0,792	>0,6	
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,711	>0,6	

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3, dapat dinyatakan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Hal ini terjadi karena nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6, yang menandakan reliabilitas yang baik (Akdon & Riduwan, 2020).

B. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 1. Normal P-P Plot  
Sumber: Output SPSS (2023)

Uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot pada Gambar 1 menunjukkan bahwa probabilitas angka berada di sekitar garis linear atau lurus. Ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki distribusi yang normal.

2) Uji Multikolinieritas

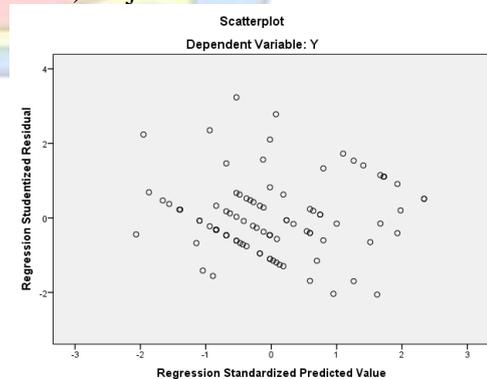
Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Syarat Tolerance	VIF	Syarat VIF	Hasil
X1	.835	>0,1	1.198	<10	Model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas
X2	.835	>0,1	1.198	<10	

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan nilai tolerance 0,835>0,1 dan nilai VIF 1,198< 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas pada model regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Diagram Scatterplot  
Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Gambar 2, belum ada rumusan yang jelas untuk menguji

variabel kepuasan pelanggan (Y). Nilai tersebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu y, menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas.

**C. Uji Regresi Linier Berganda**

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.927	.418
X1	.384	.102
X2	.405	.068

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dituliskan beberapa model regresi linier untuk kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) untuk kepuasan pelanggan (Y) pelanggan Laboratorium Labbiogen di kota Surabaya:

$$Y=0,927+0,384_{X1}+0,405_{X2}+e$$

Hasil interpretasi persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,927 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 0,927 ketika nilai variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan adalah 0,927.
- b. Koefisien b1 pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,384. Ini berarti jika Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, dengan mengabaikan pengaruh variabel lainnya, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,384 satuan.
- c. Koefisien b2 pada variabel Citra Perusahaan (X2) adalah 0,405. Hal ini mengindikasikan bahwa jika Citra Perusahaan meningkat sebesar 1 satuan, dengan mengabaikan pengaruh variabel lainnya, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,405 satuan.

**D. Pengujian Hipotesis**

1) Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	thitung	ttabel	Sig.	Syarat Sig.	Hasil
X1	3.773	1,98729	.000	< 0,05	Hipotesis ke-1 diterima
X2	5.976	1,98729	.000	< 0,05	Hipotesis ke-2 diterima

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 6, ditemukan nilai thitung untuk Variabel (X1=3.773) dan Variabel (X2=5.976). Dalam perhitungan tersebut, nilai dF 1 = (3-1) = 2, dan dF 2 = (92-(3)-1) = 88. Selanjutnya, nilai ttabel diperoleh sebesar 1,98729 dengan melihat lampiran ttabel.

- a) Berdasarkan Tabel 4.10, thitung X1 adalah 3,773 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung > sebesar ttabel 1,98729 dan nilai sig < 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Berdasarkan nilai thitung X2 sebesar 5.976 dengan nilai Sig sebesar 0.000, dapat disimpulkan bahwa nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel 1,98729 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, Hipotesis ke-2 dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

fhitung	ftabel	Sig.	Syarat Sig.	Hasil
40.896	3.10	.000*	< 0,05	Hipotesis ke-3 diterima

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai Fhitung sebesar 40.896, sedangkan nilai Ftabel adalah 3.10. Dalam pengujian ini, terdapat perbedaan yang signifikan Fhitung > Ftabel. Nilai Sig juga menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, simpulan yang dapat diambil adalah Hipotesis ke-3 dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**E. Koefisien Determinasi (R2)**

Table 8. Koefisien Determinasi (R2)

R Square % Hasil

.479 47,9% Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 47,90%.

Sumber: Output SPSS (2023)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,479 yaitu sebesar 47,90%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan citra perusahaan ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan ( $Y$ ) terbatas dan hanya sebesar 47,90%. Selain itu, sekitar 52,10% variasi kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Citra perusahaan jelas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Kualitas layanan dan citra perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Labbiogen.

##### Saran

1. Diharapkan pihak manajemen Laboratorium Labbiogen khususnya di wilayah Surabaya:
  - a. Dapat terus mempertahankan dan meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan dimana dengan terus meningkatnya kualitas pelayanan maka turut

meningkatkan persepsi kepuasan konsumen menjadi meningkat.

- b. Dapat terus mempertahankan dan meningkatkan pengaruh citra perusahaan dengan cara memberikan kesan baik didalam benak konsumen karena mereka terbiasa menggunakan brand/merk tertentu serta terdapat konsistensi rasa bangga apabila konsumen menggunakan produk tersebut.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan di laboratorium Labbiogen Surabaya. Namun, disarankan bagi peneliti di masa depan untuk mempertimbangkan penambahan variabel baru guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif dan menyeluruh. Dengan cara ini, penelitian dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan citra perusahaan dalam konteks yang lebih luas.

#### 5. REFERENSI

- Akdon, & Riduwan. (2013). Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska. Jakarta: Alfabeta
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 78–89.
- Finnora, E., & Razak, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Persahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 1–12.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- likmi.ac.id. (den 12 07 2022). Seberapa Penting Menjaga Kesehatan Tubuh? Hämtat från Seberapa Penting Menjaga Kesehatan Tubuh?: <https://likmi.ac.id/2022/07/12/seberapa-penting-menjaga-kesehatan-tubuh/#:~:text=Kesehatan%20tubuh%20merupakan%20salah%20satu,apabila%20tubuh%20dalam%20kondisi%20sakit.den 16 01 2023>
- Maryati, Darna, N., & Muhidin, A. (2020). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Singaparna). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 104–115.
- Subagiyo, R., & Budiman, A. (2019). Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2), 280–295.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

