

---

---

## PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SAN PRIMA SEJATI

**Muhammad Fakhrunniza**  
Universitas Sumatera Utara, Medan  
email: [fakhrunnizam18@gmail.com](mailto:fakhrunnizam18@gmail.com)

**Abstract:** *Creating maximum customer satisfaction is one way to retain customers so that companies can survive in the face of competition. The purpose of this study is to test the influence of corporate image and service quality on customer satisfaction. This study uses a quantitative approach through the distribution of questionnaires. The technique used in sampling is using the census technique and the Likert scale as a measuring tool. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 Pharmacy respondents who had subscribed to PT. San Prima Sejati for at least one year and were located in Medan City. Data were analyzed using statistical testing using SPSS version 26.0. Data analysis techniques used quantitative analysis, including validation and reliability test analysis, correlation coefficient test, simple and multiple regression analysis, determination coefficient test, t test and f test. The results of the study showed. From the results of the analysis it was concluded that corporate image and service quality had a significant effect on customer satisfaction.*

**Keyword:** *Corporate Image; Service Quality; Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Menciptakan kepuasan pelanggan secara maksimal merupakan salah satu cara dalam mempertahankan pelanggan sehingga perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Tujuan penelitian ini untuk menguji adanya pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik sensus dan skala Likert sebagai alat ukurnya. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden Apotek yang sudah berlangganan pada PT. San Prima Sejati minimal satu tahun dan berwilayah di Kota Medan. Data dianalisis menggunakan pengujian statistik menggunakan SPSS versi 26.0. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif, meliputi analisis uji validasi dan reliabilitas, uji koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Perusahaan; Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan

### PENDAHULUAN

Obat merupakan komponen yang penting dalam upaya pelayanan kesehatan, baik di pusat pelayanan kesehatan primer maupun di tingkat pelayanan yang lebih tinggi (Hariyoko et al., 2021; Ridlo, 2020). Penyediaan obat sesuai dengan tujuan pembangunan kesehatan yaitu menjamin tersedianya

obat dengan mutu terjamin dan tersedia merata dan teratur sehingga mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat (Rusman, 2020)(Rusman, 2020; Syaiful et al., 2022). Pelayanan farmasi adalah bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan kesehatan yang berorientasi kepada pelayanan pasien dan penyediaan obat yang bermutu (Aini Siagian et al., 2021; Binar Nursanti &

Pelanggan memiliki peranan penting dalam siklus hidup perusahaan. Untuk menjaga kesuksesan bisnisnya, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan eksistensi produk di pasaran, citra perusahaan, kualitas layanan dan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Aris Budiono, 2021). Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra perusahaan. Hasil penelitian terdahulu dari Erwina Safitri (Muhammad Syahwi & Setyo Pantawis, 2021) mengatakan bahwa “Citra Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Setiap perusahaan mempunyai citra yang sudah melekat. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya dibenak konsumennya. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan.

Kualitas layanan juga dapat menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan, konsumen dapat menilai kualitas pelayanan setelah melakukan pembelian produk/jasa tersebut. Menurut Ichsan, R. N., & Karim, A. (Umami & Syahriza, 2022) pelayanan adalah aktivitas atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut hasil wawancara peneliti dengan pelanggan PT. San Prima Sejati yakni apotek yang ada di area kota medan ditemukan ternyata masih banyak pelanggan yang belum sepenuhnya percaya mengenai citra perusahaan di PT San Prima Sejati dan masih adanya keluhan mengenai pelayanan yang diberikan, sehingga masih banyak pelanggan yang cenderung lebih memilih melakukan transaksi ke perusahaan lain. Dengan adanya permasalahan yang terdapat pada perusahaan PT. San Prima Sejati, peneliti ingin mengetahui

bagaimana citra perusahaan, dan kualitas layanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dengan mengingat banyaknya usaha sejenis.

## METODE

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang hasil analisisnya berupa angka/numerik lalu diolah dengan metode statistika menggunakan SPSS. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu penelitian yang punya tujuan untuk menganalisis variabel yang satu dengan variable lainnya, dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Siregar, 2021). *Explanatory research* digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yakni apotek yang ada di wilayah kota Medan (Wiwekananda et al., 2024).

Teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling* merupakan metode yang diterapkan pada pengambilan sampel pada penelitian ini, maka jumlah sampel yang ditentukan langsung sebesar 100 (Kukuh Argitama & Suryoko, 2020). Teknik pengumpulan data-nya dengan menyebarkan kuesioner (angket), wawancara, dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, signifikansi, dan Uji F serta uji t. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 26.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang diolah dengan SPSS, sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Ket
Citra Perusahaan	X1.1	0,883	0,1966	Valid
	X1.2	0,943	0,1966	Valid
	X1.3	0,88	0,1966	Valid
	X1.4	0,847	0,1966	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0,723	0,1966	Valid
	X2.2	0,882	0,1966	Valid
	X2.3	0,891	0,1966	Valid
	X2.4	0,855	0,1966	Valid
	X2.5	0,735	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,661	0,1966	Valid
	Y2	0,716	0,1966	Valid
	Y3	0,614	0,1966	Valid
	Y4	0,617	0,1966	Valid
	Y5	0,678	0,1966	Valid
	Y6	0,653	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer, diolah (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 1, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam melakukan pengukuran variabel Citra Perusahaan (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada angka dari r tabel sebesar 0,1966. Oleh sebab itu, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap item yang digunakan dalam melakukan pengukuran pada seluruh variabel penelitian ini adalah valid dan dapat digunakan untuk melakukan pengukuran.

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Ket
Citra Perusahaan	0,893	0,6	Reliabel

Kualitas Layanan	0,81	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,762	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 2, diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian meliputi Citra Perusahaan (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari nilai 0,6. Oleh sebab itu, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel, serta memiliki hasil pengukuran yang konsisten dan stabil sehingga data menjadi akurat.

**Tabel 3 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	Uji Regresi Sederhana & Berganda	Uji t & Uji F	Ket
H1: Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,916 (Sangat Kuat)	83,90%	$Y = 8,378 + 0,758 X1$	22,574 (t hitung) > 1,984 (t tabel)	Diterima

H2: Kualitas Layanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,923 (Sangat Kuat)	85,20%	$Y = 6,123 + 0,720 X_2$	23,795 (t hitung) > 1,984 (t tabel)	Diterima
H3: Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,946 (Sangat Kuat)	89,50%	$Y = 6,465 + 0,375 X_1 + 0,406 X_2$	414,447 (F hitung) > 3,091 (F tabel)	Diterima

Sumber: Data Primer, diolah (2025)

Hipotesis pertama “citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan” sudah terbukti. Hasil uji perhitungan koefisien korelasi menunjukkan kategori sangat kuat dengan nilai sebesar 0,916, sedangkan koefisien determinasi menunjukkan hasil 83,90%, hasil dari uji regresi linear sederhana memperlihatkan adanya pengaruh secara positif. Jika citra perusahaan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Hipotesis kedua “kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan” sudah terbukti. Hasil uji perhitungan koefisien korelasi menunjukkan kategori sangat kuat dengan nilai sebesar 0,923, sedangkan koefisien determinasi menunjukkan hasil 85,20%, hasil dari uji regresi linear sederhana memperlihatkan adanya pengaruh secara positif. Jika kualitas layanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Hipotesis ketiga “citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan” sudah terbukti. Hasil uji perhitungan koefisien korelasi menunjukkan kategori sangat kuat dengan nilai sebesar 0,946, sedangkan

koefisien determinasi menunjukkan hasil 89,50%, hasil dari uji regresi linear berganda memperlihatkan adanya pengaruh secara positif. Jika citra perusahaan dan kualitas layanan semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

## SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu. (1) Variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Apotek). Hal ini dibuktikan jika citra perusahaan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila citra perusahaan semakin menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. (2) Variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Apotek). Hal ini dibuktikan jika kualitas layanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas layanan semakin menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. (3) Pada variabel citra perusahaan ( $X_1$ ), dan kualitas layanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Semakin

meningkat citra perusahaan dan kualitas layanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aini Siagian, N., Batubara, S., & Kesehatan Deli Husada Deli Tua, I. (2021). PENYULUHAN TENTANG KUALITAS LAYANAN FARMASI DI RUMAH SAKIT GRANMED LUBUK PAKAM EDUCATION ON THE QUALITY OF PHARMACEUTICAL SERVICES AT LUBUK PAKAM GRANTED HOSPITAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Putri Hijau*, 1, 56–59. <http://ejournal.delihusada.ac.id/index.php/JPMPPH>
- Aris Budiono. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BEBEK KALEO TEBET JAKARTA SELATAN DIMASA PANDEMI COVID-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247.
- Binar Nursanti, & Yulia Heryani. (2021). EVALUASI KESESUAIAN PENULISAN RESEP PASIEN NON BPJS RAWAT JALAN DENGAN FORMULARIUM RUMAH SAKIT ISLAM BOGOR PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2019. *Jurnal Farmamedika*, 6(2), 53–58.
- Hariyoko, Y., Dolfianto Jehaut, Y., Susiantoro, A., & Id, A. (2021). EFEKTIVITAS PELAYANAN KESEHATAN MASYARAKAT OLEH PUSKESMAS DI KABUPATEN MANGGARAI. *Jurnal Good Governance*, 17(2).
- Kukuh Argitama, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK GOPAY (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI KOTA SEMARANG). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 80–84.
- Muhammad Syahwi, & Setyo Pantawis. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME (Studi Kasus Pada PT.Telkom di Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3.
- Ridlo, I. A. (2020). Pandemi COVID-19 dan Tantangan Kebijakan Kesehatan Mental di Indonesia. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 5(2), 162–171. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v5i1.2020.155-164>
- Rusman, S. (2020). *Analisis Sistem Penyusunan Perencanaan Obat Di Dinas Kesehatan Kabupaten Padang Pariaman*. 5(Jurnal Human Care), 294–303.
- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY: Journal Of Education*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i1.2.25>
- Syaiful, M., Al Yunus, B., & Maharani, C. (2022). ANALISIS MANAJEMEN LOGISTIK OBAT DI INSTALASI FARMASI DINAS KESEHATAN KABUPATEN DEMAK. *JURNAL KESEHATAN MASYARAKAT*, 10(4), 423–430. <https://doi.org/10.14710/jkm.v10i4.33686>
- Umami, A., & Syahriza, R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Klaimen PT Jasa Raharja Cabang Sumatera Utara. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 8(1), 33–42. [https://doi.org/10.25299/jiap.2022.v018\(1\).9201](https://doi.org/10.25299/jiap.2022.v018(1).9201)

Wiwekananda, I. B., Putra, I. B. U., & Indiani, N. L. P. (2024). Trust Sebagai Pemediasi Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna E-Marketplace di

Provinsi Bali. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), 80–100.  
<https://doi.org/10.22225/we.23.1.2024.80-100>