



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian  
Jasa Laboratorium Klinik Pramita, Cabang Moh Toha, Kota  
Bandung**

Skripsi

Oleh

Valeria Anggita Primahati

2012320161

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian  
Jasa Laboratorium Klinik Pramita, Cabang Moh Toha, Kota  
Bandung**

Skripsi

Oleh

Valeria Anggita Primahati

2012320161

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Valeria Anggita Primahati  
Nomor Pokok : 2012320161  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa  
Laboratorium Klinik Pramita, Cabang Moh Toha, Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 12 Juli 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**



**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 


**Sekretaris**

James Situmorang, Drs., M.M.

: 

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Valeria Anggita Primahati  
NPM : 2012320161  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses  
Keputusan Pembelian Jasa Laboratorium Klinik  
Pramita, Cabang Moh Toha, Kota Bandung.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 8 Juni 2017



Valeria Anggita Primahati

## ABSTRAK

Nama : Valeria Anggita Primahati

NPM : 2012320161

Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa  
Laboratorium Klinik Pramita, Cabang Moh Toha, Kota Bandung

---

Perkembangan dunia kesehatan khususnya dalam hal teknologi saat ini berjalan dengan pesat. Hal ini terlihat dengan adanya sejumlah laboratorium klinik yang memudahkan masyarakat untuk memeriksakan kesehatan khususnya melaksanakan pemeriksaan spesimen klinik untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit, dan pemulihan kesehatan. Salah satu laboratorium klinik di Indonesia yaitu Pramita yang lebih dari empat tahun masuk dalam kategori *TOP BRAND AWARD* sebagai merek yang terkenal dan memiliki jumlah konsumen yang banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *brand image* terhadap proses keputusan pembelian jasa laboratorium klinik.

Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode survei dengan jenis penelitian *explanatory research*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 272 responden yang merupakan konsumen yang sebelumnya pernah melakukan pemeriksaan kesehatan di laboratorium klinik Pramita, cabang Moh Toha, kota Bandung dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, pengujian hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa *brand image* laboratorium klinik Pramita mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 44.2%. Dari hasil penelitian menunjukkan variabel *brand image* dan proses keputusan pembelian berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian, tiga pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah “Warna merah pada logo mudah dibedakan dengan merek lain”, “Pramita memiliki jenis pemeriksaan yang lengkap”, dan “Slogan Pramita “Mengutamakan Kualitas Diagnosis & Pelayanan” membuat percaya pada pelayanannya yang terbaik”.

Dari hasil penelitian ini terdapat dua pernyataan yang memiliki nilai terendah, yaitu “Pramita menawarkan diskon / promo”, disarankan untuk memperluas media promosi dan meningkatkan sosialisasi. Dan “Periksa di Pramita suatu hal yang membanggakan”, disarankan untuk meningkatkan kinerja pelayanan SDM dan teknologi agar menjadi *market leader* dalam hal laboratorium klinik.

Kata kunci: *brand image*, proses keputusan pembelian, laboratorium klinik, Pramita

## **ABSTRACT**

*Name : Valeria Anggita Primahati*

*NPM : 2012320161*

*Title : The Influence Of The Brand Image Of Purchasing Decision Services  
Pramita Clinic Laboratory, A Branch Of Moh Toha, Bandung*

---

*The development of the world's health especially in terms of technology currently running rapidly. This can be seen by the existence of a number of clinical laboratories that make it easier for the community to carry out a particular health checked specimen examination clinics to get information about individual health especially to support the efforts of the diagnosis of disease, healing diseases, and restoration of health. One laboratory clinic in Indonesia namely Pramita that over four years fall into the category of TOP BRAND AWARD as the famous brand and has a number of consumers that much. This research aims to know the influence of the brand image of laboratory service clinics purchasing decisions.*

*The method of research conducted using survey methods with this type of research is explanatory research. Data collection is done using interviews and questionnaires with the total number of respondents as many as 272 respondents which is consumers who previously never done health screening on clinical laboratory Pramita, branch Moh Toha, Bandung using purposive sampling. The analysis used is a simple linear regression analysis, hypothesis testing and analysis of the coefficient of determination.*

*From the results of the research note that brand image laboratory clinic Pramita influence purchasing decisions of 44.2%. From the results showed variable brand image and the process of purchasing decision are in the category of good. Based on the results of the study, three statements that have the highest value is "Red on the logo is easily distinguished from other brands", "Have the kind of vetting Pramita complete", and "Slogan Pramita "Give Priority to Quality Diagnosis & Service" make believe on his service at its best".*

*From the results of the research there were two statements that have the lowest value, namely "Pramita offers discount/promo", it is advisable to extend the media promotion and improve socialization. And "check in Pramita it boasts", it is recommended to increase the performance of the Ministry of human resources and technology to become market leader in terms of clinical laboratory.*

*Keywords: Brand Image, Purchase Decision Process, Laboratory Clinic, Pramita*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik – baiknya. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kurikulum dalam menyelesaikan program S1 pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini pasti menjumpai hambatan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Besar harapan saya, skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membacanya dan dapat membantu teman – teman yang lain dikemudian hari. Akhir kata, penulis mohon maaf apabila dalam penulisan proposal ini terdapat banyak kesalahan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan.
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan.

3. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, kritik dan saran, dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katholik Parahyangan yang telah memberi ilmu dan nasehat kepada penulis selama menempuh pendidikan di kampus.
5. Ibu Neneng selaku Kepala Cabang laboratorium klinik Pramita, cabang Moh Toha, Kota Bandung. Terima kasih banyak atas bantuannya dan kemudahan dalam pengumpulan data serta informasi yang dibutuhkan.
6. Orang tua dari penulis, Matius Herry Purwanto dan Kristiana Tri Riawati atas kesabaran dan sudah memberikan doa dan dukungan secara moril maupun materil kepada penulis. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Begitu juga kepada kakak dan adik penulis, Priscilla Efatasya Primaswari dan Vincentia Suchika Primaputri yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. Untuk Vinsensius Sonny Gunawan, yang selalu menemani, memberi dukungan dan doa selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya selesai. Terima kasih sudah banyak membantu dan memberikan saran dan semangat selama ini.
8. Keluarga besar penulis, khususnya untuk Eyang Uti, Eyang Kakung, Mba Oni, Cintya, Pakde, Bude, dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah banyak memberikan semangat, saran dan doa kepada penulis.



9. Keluarga besar Tang, khususnya wawa Antonius, tante Rosa, Gabriella, kang Rama, Hana, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih sudah banyak membantu, memberi dukungan dan selalu mendoakan dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Untuk ibu – ibu Klub Senam *Best Choice* dan grup Frenzy, terima kasih sudah banyak membantu dan mendoakan hingga akhirnya skripsi ini selesai tepat waktu.
11. Untuk seluruh teman seperjuangan skripsi bimbingan Pak James, khususnya Yolla Cintia, yang selalu mengingatkan dan menjadi teman diskusi selama proses pengerjaan skripsi hingga akhirnya selesai.
12. Alumni bisnis unpar, khususnya Axel, Kak Indah, dan masih banyak lagi. Terimakasih sudah membantu memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis selama ini.

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Bab 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Objek Penelitian .....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
Bab 2 KERANGKA TEORITIS.....	8
2.1. Definisi Brand .....	8
2.1.1. Manfaat Brand .....	9
2.2. Definisi Brand Image .....	10
2.2.1. Manfaat Brand Image .....	12
2.2.2. Tipe-tipe Utama Brand Image .....	13
2.2.3. Pengukuran Brand Image .....	14
2.2.4. Dimensi Brand Image .....	16
2.3. Perilaku Pembelian Konsumen .....	17
2.3.1. Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.4. Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	23
2.5. Hipotesis.....	24
Bab 3 METODOLOGI PENELITIAN .....	25
3.1. Jenis Penelitian .....	25
3.2. Metodologi Penelitian .....	25
3.3. Model Penelitian.....	26
3.4. Operasional Variabel .....	26

3.5.	Populasi dan Sampel .....	28
3.6.	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.6.1.	Skala Pengukuran .....	30
3.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.7.1.	Data Primer .....	31
3.7.2.	Data Sekunder.....	32
3.8.	Teknik Analisis Data .....	32
3.8.1.	Uji Validitas .....	33
3.8.2.	Uji Reliabilitas .....	34
3.8.3.	Uji Regresi Linear Sederhana .....	34
Bab 4	OBJEK PENELITIAN .....	38
4.1.	Sejarah Perusahaan .....	38
4.2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	39
4.3.	Struktur Organisasi.....	39
4.3.1.	Deskripsi Pekerjaan (Job Description) .....	41
4.4.	Daftar Cabang Perusahaan .....	48
4.5.	Penghargaan .....	48
4.6.	Jenis Pemeriksaan.....	49
Bab 5	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
5.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
5.2.	Profil Responden .....	56
5.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
5.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	57
5.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	57
5.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
5.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
5.3.	Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Lab Klinik Pramita.....	59
5.3.1.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Identity .....	60
5.3.2.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Personality... ..	64
5.3.3.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Association.. ..	68
5.3.4.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Attitude and Behaviour.....	72
5.3.5.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Benefit and Competence.....	75

5.3.6.	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Image.....	80
5.4.	Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian .....	84
5.5.	Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Laboratorium Klinik Pramita .....	91
5.5.1.	Uji Normalitas .....	92
5.5.2.	Uji Heteroskedastisitas .....	93
5.5.3.	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	94
5.5.4.	Pengujian Hipotesis .....	96
5.5.5.	Analisis Koefisien Determinasi .....	97
Bab 6	KESIMPULAN DAN SARAN .....	99
6.1.	Kesimpulan.....	99
6.1.1.	Profil Responden .....	99
6.1.2.	Tanggapan Responden.....	99
6.1.3.	Uji Statistik .....	101
6.2.	Saran.....	102
	DAFTAR PUSTAKA .....	103
	LAMPIRAN.....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Top Brand Award (Laboratorium Klinik).....	2
Tabel 1.2.	Merek yang pertama kali Anda ingat ketika mendengar kata “Lab Klinik” .....	3
Tabel 1.3.	Alasan Memilih Pramita Lab .....	4
Tabel 2.1.	Manfaat Merek .....	9
Tabel 2.2.	Proses Keputusan Pembelian .....	20
Tabel 3.1.	Model Penelitian .....	26
Tabel 3.2.	Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.3.	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	36
Tabel 4.1.	Cabang Pramita Kota Bandung .....	48
Tabel 4.2.	Penghargaan Laboratorium Klinik Pramita .....	49
Tabel 5.1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Brand Image .....	54
Tabel 5.2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 5.3.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 5.4.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5.5.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 5.6.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 5.7.	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 5.8.	Kriteria Pengklasifikasian Persentase Skor Tanggapan Responden	60
Tabel 5.9.	Logo Pramita Menarik di Mata Responden .....	61
Tabel 5.10.	Slogan Pramita “Mengutamakan Kualitas Diagnosis & Pelayanan” Membuat Responden Percaya Pelayanannya Terbaik .....	61
Tabel 5.11.	Warna Merah pada Logo Pramita Mudah Dibedakan dengan Merek Lain .....	62
Tabel 5.12.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Identity.....	63
Tabel 5.13.	Memeriksa Kesehatan di Pramita Suatu Hal yang Membanggakan .....	65
Tabel 5.14.	Pramita Mencerminkan Brand yang Prestisius .....	65
Tabel 5.15.	Pramita Merupakan Merek Terkenal .....	66
Tabel 5.16.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Personality .....	67
Tabel 5.17.	Pramita Mengingat pada Lab Klinik .....	68
Tabel 5.18.	Pramita Memiliki Jenis Pemeriksaan yang Lengkap .....	69
Tabel 5.19.	Ketertarikan Melakukan Pemeriksaan Setelah Mengikuti Event dari Pramita .....	70
Tabel 5.20.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Association .....	71
Tabel 5.21.	Karyawan Pramita Memberikan Layanan yang Berkualitas.....	72

Tabel 5.22.	Pramita Membantu Responden bila Kesulitan dalam Hal Pemeriksaan .....	73
Tabel 5.23.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Attitude and Behaviour .....	74
Tabel 5.24.	Pramita Memberikan Hasil Lab yang Dapat Dipercaya .....	76
Tabel 5.25.	Kemudahan Mendapatkan Hasil Diagnosis Melalui Internet .....	76
Tabel 5.26.	Diskon/Promo yang Ditawarkan Pramita.....	77
Tabel 5.27.	Kenyamanan Periksa Kesehatan di Pramita.....	78
Tabel 5.28.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi Brand Benefit and Competence.....	79
Tabel 5.29.	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Image .....	80
Tabel 5.30.	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Image Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi .....	82
Tabel 5.31.	Memeriksa Kesehatan di Laboratorium Klinik Merupakan Kebutuhan .....	85
Tabel 5.32.	Mencari Informasi Berbagai Lab Klinik Merek-Merek Lain yang Ada di Kota Bandung.....	86
Tabel 5.33.	Menyeleksi Lab Klinik yang Memenuhi Kriteria Kebutuhan Pemeriksaan Sebagai Bahan Pertimbangan .....	86
Tabel 5.34.	Mengevaluasi Lab Klinik yang Sudah Diseleksi Sebelumnya .....	87
Tabel 5.35.	Memutuskan Memilih Lab Klinik Pramita Sebagai Tempat Memeriksa Kesehatan .....	88
Tabel 5.36.	Merasa Puas Setelah Memeriksa Kesehatan di Pramita.....	88
Tabel 5.37.	Tanggapan Responden terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	89
Tabel 5.39.	Hasil Uji Kelayakan Model Regresi Menggunakan Perhitungan ANOVA .....	95
Tabel 5.40.	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	95
Tabel 5.41.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Struktur Organisasi.....	40
Gambar 5.1.	Garis Kontinum Dimensi Brand Identity .....	64
Gambar 5.2.	Garis Kontinum Dimensi Brand Personality .....	68
Gambar 5.3.	Garis Kontinum Dimensi Brand Association .....	72
Gambar 5.4.	Garis Kontinum Dimensi Brand Attitude and Behaviour .....	75
Gambar 5.5.	Garis Kontinum Dimensi Brand Benefit and Competence .....	80
Gambar 5.6.	Garis Kontinum Variabel Brand Image.....	84
Gambar 5.7.	Garis Kontinum Variabel Proses Keputusan Pembelian .....	91
Gambar 5.8	Grafik Histogram.....	92
Gambar 5.9	Grafik Normal Probability Plot .....	93
Gambar 5.10	Grafik Scatterplot .....	94

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Jenis Pemeriksaan di Pramita Lab .....	105
Lampiran 2.	Surat Telah Melakukan Penelitian.....	106
Lampiran 3.	Daftar Kuesioner .....	107
Lampiran 4.	Tabel Lampiran Output SPSS (Uji Validitas) .....	111
Lampiran 5.	Lampiran Output SPSS (Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Sederhana, Hasil Koefisien Determinasi).....	112
Lampiran 6.	Tabel Induk (Kuesioner) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## **Bab 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Setiap orang pasti menginginkan tubuhnya selalu sehat, karena kesehatan merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Namun kita tidak dapat menghindari penyakit apabila tidak melakukan pencegahan dan mengatur pola hidup yang baik untuk memelihara kesehatan. Maka dari itu sangatlah penting melakukan pemeriksaan kesehatan sejak dini dan berkala. Banyak penyakit dapat diketahui bila melakukan pemeriksaan kesehatan di Laboratorium Klinik. Sehingga akan lebih menguntungkan dalam hal pembiayaan, mengingat biaya kesehatan untuk penyakit akut dan kronis yang terlambat ditangani akan lebih besar.

Berdasarkan Permenkes No. 411/MENKES/PER/III/2010 (pasal 1), Laboratorium Klinik merupakan laboratorium kesehatan yang melaksanakan pemeriksaan spesimen klinik untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit, dan pemulihan kesehatan. Dan salah satu Laboratorium Klinik di Indonesia yaitu Pramita yang juga menjadi Laboratorium Klinik pilihan masyarakat.

*Top Brand Award* ialah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian

yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan *Frontier Consulting Group*. Kemudian, *Top Brand Index* diukur dengan menggunakan 3 (tiga) parameter, yaitu *Top of Mind Awareness*, *Last Used*, dan *Future Intention*. Dan Pramita mendapatkan penghargaan *Top Brand Award* pada kategori Laboratorium Klinik dengan data sebagai berikut :

**Tabel 1.1.**

***Top Brand Award (Laboratorium Klinik)***

MEREK	2016		2015		2014		2013	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Prodia	42.2%	TOP	56.3%	TOP	44.7%	TOP	48.9%	TOP
Pramita	18.1%	TOP	15.4%	TOP	21.0%	TOP	14.6%	TOP
CITO	7.9%		6.0%		6.4%		6.5%	
Parahita	5.2%		-		-		-	
Bio Medika	3.6%		5.8%		6.2%		11.4%	TOP
Thamrin	3.2%		-		-		-	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com> (diakses pada 15 November 2016, 20:50 WIB)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat Pramita memiliki persentase yang cenderung meningkat tiap tahun yaitu pada tahun 2013 memperoleh persentase sebesar 14.6%, tahun 2014 sebesar 21.0%, meskipun pada tahun 2015 ada penurunan menjadi 15.4% namun di tahun 2016 naik menjadi 18.1%.

Selain itu, penulis melakukan survei awal terhadap 65 responden di Kota Bandung menggunakan media *Google Formulir* yang disebarakan lewat *Whatsapp*,

*Line*, *BBM*, dan *Facebook*. Dengan tujuan untuk mengetahui merek laboratorium klinik yang paling melekat dikalangan masyarakat kota Bandung, pertanyaan dan hasil yang didapat adalah :

**Tabel 1.2.**

**Merek yang pertama kali Anda ingat ketika mendengar kata “Lab Klinik”**

No	Merek Lab Klinik	Jumlah Responden	Presentase
1	Prodia	28	43 %
2	Pramita	23	35 %
3	Kimia Farma	14	22 %
	<b>Jumlah</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

Sumber : Survei kuesioner awal

Berdasarkan hasil survei tabel 1.2 yang dilakukan oleh penulis di Kota Bandung, Laboratorium Klinik Pramita mendapatkan posisi kedua dengan total 23 responden dengan selisih 5 responden dengan Prodia, sebagai merek yang pertama kali diingat ketika mendengar kata “Laboratorium Klinik”. Responden mengingat Laboratorium Klinik Pramita karena mudah ditemui, pernah melakukan pemeriksaan di Pramita sebelumnya dan rekomendasi dari rumah sakit atau kerabatnya.

Selanjutnya, penulis melakukan survei awal tahap kedua kepada 50 responden yang datang ke Pramita Lab cabang Moh Toha, Kota Bandung. Dengan tujuan untuk mengetahui alasan memilih Pramita sebagai tempat memeriksakan kesehatan, pertanyaan dan hasil yang didapat ialah :

Tabel 1.3.

## Alasan Memilih Pramita Lab

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pelayanan yang baik	7	14%
2	Hasil diagnosis yang akurat	14	28%
3	Jenis pemeriksaan dan fasilitas lengkap	10	20%
4	Saran dokter	6	12%
5	Rekomendasi kantor / kerabat	10	20%
6	Lain – lain	3	6%
	<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Kuesioner awal

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil diagnosis Pramita yang akurat merupakan salah satu alasan mengapa responden memilih Pramita sebagai tempat memeriksakan kesehatannya yang memperoleh presentase tertinggi yaitu sebesar 28%. Sedangkan alasan lain memilih Pramita yaitu harga yang terjangkau dan laboratorium yang mudah ditemui.

Walaupun Pramita mendapatkan peringkat kedua pada *Top Brand Award*, tapi hasil dari survei awal Pramita masih bisa menyeimbangi atau mendekati Prodia. Hal itu menunjukkan Pramita memiliki *brand image* yang baik. Sehingga dengan adanya *brand image* yang baik maka mempengaruhi orang datang untuk memeriksakan kesehatan di Pramita. Penulis ingin meneliti pengaruh dari *brand image* terhadap proses keputusan pembelian, maka dari itu judul penelitian ini adalah “**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Laboratorium Klinik Pramita Cabang Moh. Toha, Kota Bandung**”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka menjadi pokok permasalahan yaitu Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan pembelian jasa Laboratorium Klinik Pramita Cabang Moh. Toha, Kota Bandung ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan pembelian jasa Laboratorium Klinik Pramita Cabang Moh. Toha, Kota Bandung.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Semua informasi yang berhasil dikumpulkan dari penelitian diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis
  - Mendukung teori-teori atau ilmu yang didapatkan untuk meningkatkan pemahaman penulis mengenai konsep yang diteliti.
  - Merupakan masukan yang sangat berguna dalam menyusun tugas skripsi untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
  - Memperluas pengetahuan dan wawasan yang belum pernah diketahui sebelumnya. Pembelajaran khusus untuk kedepannya dan khususnya di bidang pemasaran.
2. Bagi perusahaan

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan yang berkaitan dengan pengecekan laboratorium.
- Untuk mengetahui berbagai dampak yang mampu diberikan oleh sebuah merek yang akan memberikan pengaruh yang besar dalam proses keputusan pembelian.
- Dapat menjadi sebuah masukan informasi yang sangat berguna bagi perusahaan untuk terus melebarkan sayapnya dalam industri tersebut.

### 3. Bagi pembaca

- Kepada setiap konsumen yang memiliki rasa percaya yang besar atas pilihan produk yang akan dibelinya, yang nantinya akan ikut membentuk keputusan pembelian atas produk yang dipilihnya tersebut.
- Untuk menambah pengetahuan tentang seberapa penting sebuah merek dalam memberikan pengaruh yang tanpa kita sadari akan mempengaruhi dan membentuk proses keputusan pembelian.

## **1.5. Objek Penelitian**

Penelitian akan ditinjau ke lapangan secara langsung yang bertempat dan melihat dari sisi citra merek dari Laboratorium Klinik Pramita yang akan dijadikan pembanding dalam penentuan proses keputusan pembelian yang

meliputi berbagai aspek dalam keputusan pembelian di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Moh. Toha, Kota Bandung.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah gambaran umum yang terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup dalam menyusun laporan penelitian. Setiap bagian disusun sebagai berikut :

1. **Bab 1 – Pendahuluan**, yaitu membahas latar belakang dilakukan penelitian ini, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, objek penelitian, dan sistematika penulisan.
2. **Bab 2 – Kerangka Teoritis**, membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu, definisi *brand*, manfaat *brand*, definisi *brand image*, manfaat *brand image*, tipe-tipe utama *brand image*, pengukuran *brand image*, dimensi *brand image*, perilaku pembelian konsumen, proses keputusan pembelian, dan pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan pembelian.
3. **Bab 3 – Metodologi Penelitian**, membahas jenis penelitian yang digunakan, metodologi penelitian, model penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data (data primer dan data sekunder), teknik analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis.