

ABSTRAK

Permasalahan kesehatan yang semakin kompleks dan kebutuhan masyarakat untuk mempunyai kualitas hidup yang lebih baik telah memicu adanya peluang besar bagi perusahaan untuk mulai merambah pada sektor penyedia layanan dan produk kesehatan, salah satunya apotek. Pesatnya pertumbuhan bisnis apotek menimbulkan persaingan antarperusahaan yang perlu diantisipasi. Oleh sebab itu perusahaan harus mampu menemukan strategi pemasaran baru untuk bertahan dan mendapatkan pangsa pasar baru di tengah persaingan yang terjadi.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *service quality*, *customer perceived value*, dan *corporate image* terhadap *customer satisfaction* dan dampaknya terhadap *customer loyalty*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang dengan jumlah sampel 160 responden. Metode penelitian berupa kuesioner sedangkan teknik analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) melalui AMOS versi 24. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *service quality*, *customer perceived value*, dan *corporate image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, serta *customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan