

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN APOTEK SEJAHTERA ABADI  
DI KABUPATEN SEKADAU**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**MUHAMMAD FATKHUR RAHMAN  
NIM : 141310190**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2019**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Apotek Sejahtera Abadi di Kabupaten Sekadau. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli obat di Apotek Sejahtera Abadi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji kelayakan model.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah  $\hat{Y} = 1,423 + 0,702X$ . Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,459, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas konsumen adalah cukup. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,211, yang menunjukkan bahwa 21,1% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,9% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 26,196 > F_{tabel} 3,94$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen**

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on consumer loyalty at the Prosperous Prosperous Pharmacy in Sekadau Regency. This research uses associative method. The population in this study were all consumers who bought drugs at the Prosperous Prosperous Pharmacy. The sample in this study were 100 people. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis techniques in this study are simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and model feasibility test.

The results showed a simple linear regression equation was  $\hat{Y} = 1.423 + 0.702X$ . Correlation coefficient (R) of 0.459, which indicates that the relationship between the variable service quality with consumer loyalty variables is sufficient. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.211, which shows that 21.1% of consumer loyalty can be explained by the quality of service while the remaining 78.9% of customer loyalty is influenced by other variables not examined in this study. The model feasibility test results show that the value of  $F_{count} 26.196 > F_{table} 3.94$ , it can be concluded that the regression model can be used to predict consumer loyalty which is influenced by service quality.

**Keywords: Service Quality, Consumer Loyalty**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Apotek Sejahtera Abadi Di Kabupaten Sekadau”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Edy Suryadi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan arahan dan bimbingan, hingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sumiyati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan arahan dan bimbingan, hingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Ns. Felisia Agy, S.Kep, selaku pemilik Apotek Sejahtera Abadi yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian pada Apotek Sejahtera Abadi Di Kabupaten Sekadau.

5. Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau beserta segenap pegawai yang telah memberikan izin dan bantuannya kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf Akademik Universitas Muhammadiyah Pontianak.
7. Kedua orang tua penulis dan kedua abang dan kakak penulis yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun do'a, perhatian dan dorongannya selama ini.
8. Sahabat-sahabat terbaik penulis terutama dari teman-teman kos F11 yang telah memberi motivasi kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat, rekan mahasiswa khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentunya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Pontianak, 20 Agustus 2019  
Penulis

Muhammad Fatkhur Rahman  
NIM. 141310190

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Apotek Sejahtera Abadi di Kabupaten Sekadau. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli obat di Apotek Sejahtera Abadi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji kelayakan model.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah  $\hat{Y} = 1,423 + 0,702X$ . Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,459, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas konsumen adalah cukup. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,211, yang menunjukkan bahwa 21,1% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,9% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 26,196 > F_{tabel} 3,94$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Kerangka Pemikiran .....	11
G. Metode Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	23
A. Pemasaran .....	23
B. Manajemen Pemasaran .....	24
C. Jasa .....	24
D. Kualitas Jasa .....	25
E. Loyalitas Konsumen .....	26
F. Apotek .....	28
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	30
A. Sejarah Berdirinya Apotek Sejahtera Abadi .....	30
B. Visi dan Misi Apotek Sejahtera Abadi .....	30
C. Struktur Organisasi Apotek Sejahtera Abadi .....	31
D. Aspek SDM .....	34
E. Aspek Pemasaran .....	36
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
A. Karakteristik Responden .....	38

B. Uji Instrumen .....	42
C. Uji Normalitas.....	47
D. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	48
E. Koefisien Korelasi (R) .....	49
F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
G. Uji Kelayakan Model .....	50
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	51
A. Kesimpulan .....	51
B. Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Apotek Di Kabupaten Sekadau .....	2
Tabel 1.2	Jenis Obat Dan Harga Jual .....	3
Tabel 1.3	Jumlah Transaksi Pembelian Obat .....	6
Tabel 1.4	Total Penjualan Obat .....	7
Tabel 1.5	Distributor Obat .....	7
Tabel 1.6	Skor Pernyataan Responden .....	18
Tabel 1.7	Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan .....	20
Tabel 3.1	Jumlah Karyawan .....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	40
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	41
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana .....	48
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi (R) .....	49
Tabel 4.16	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Sarana Apotek di Wilayah Kabupaten Sekadau .....	55
Lampiran 2.	Kuesioner Penelitian .....	56
Lampiran 3.	Data Responden .....	60
Lampiran 4.	Data Tabulasi Kualitas Pelayanan .....	62
Lampiran 5.	Data Tabulasi Loyalitas Konsumen .....	65
Lampiran 6.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	67
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	70
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen(Y) .....	73
Lampiran 9.	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan(X).....	74
Lampiran 10.	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen(Y) .....	75
Lampiran 11.	Hasil Uji Normalitas.....	76
Lampiran 12.	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana .....	77
Lampiran 13.	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	78
Lampiran 14.	Hasil Uji Kelayakan Model .....	79

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan arus globalisasi yang diiringi dengan perkembangan teknologi informasi menyebabkan arus informasi yang dulu sulit didapat kini dapat dengan mudah diperoleh sesuai kebutuhan. Perkembangan teknologi informasi dalam instansi atau perusahaan sangat membantu dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan secara tepat, cepat, dan akurat, tidak terkecuali di bidang kesehatan seperti apotek.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian disebutkan bahwa “Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker”. Apotek merupakan salah satu pelayanan kesehatan masyarakat yang keberadaannya diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 25 Tahun 1980 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 1965 tentang Apotek, Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 922/MENKES/PER/X/1993 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek, Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1332/MENKES/SK/X/2002 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 922/MENKES/PER/X/1993 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek, Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1997 tentang Psikotropika, Undang-Undang Republik Indonesia No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Peraturan Pemerintah

Republik Indonesia No. 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian, Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 889/MENKES/PER/V/2011 tentang Registrasi, Izin Praktik, dan Izin Kerja Tenaga Kefarmasian.

Data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menunjukkan bahwa pada Tahun 2018 apotek di Indonesia berjumlah 26.658 apotek. Jumlah apotek paling banyak ada di Jawa Barat sebanyak 4.298 apotek dan paling sedikit ada di Kalimantan Utara sebanyak 78 apotek. Untuk Kalimantan Barat terdapat 273 apotek (<http://apif.binfar.depkes.go.id/grafik-apotek.php>).

Terdapat beberapa apotek di Kabupaten Sekadau, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

**Tabel 1.1**  
**Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau**  
**Apotek Di Kabupaten Sekadau**  
**Tahun 2018**

No	Nama Apotek	Alamat
1	Apotek Setia	Jl. Raya Sekadau-Sintang, RT. 008 RW. 002 Desa Mungguk, Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau
2	Apotek Sifa Linnas	Jl. Merdeka Timur RT. 016 RW. 004 Desa Mungguk, Kec. Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau
3	Apotek Bintang Timur	Komplek Terminal Lawang Kuari RT. 002 RW. 001, Desa Sungai Ringin Kec. Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau
4	Apotek Sejahtera Abadi	Jl. Sekadau-Sintang, Dusun Gonis Butun RT. 002 RW. 001, Gonis Tekam, Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau
5	Apotek Sungai Ayak	Jl. Simpi Madya RT. 21 RW. 06 Sungai Ayak III, Belitang Hilir, Kabupaten Sekadau
6	Apotek Hepzibah Farma	Jl. A. Yani No. 61 Desa Sungai Ayak Dua RT. 003 RW. 001, Kecamatan Belitang Hilir, Kabupaten Sekadau

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat 6 apotek yang ada di Kabupaten Sekadau, salah satunya adalah Apotek Sejahtera Abadi.

Apotek Sejahtera Abadi didirikan pada Tahun 2015 di Jalan Sekadau-Sintang, Dusun Gonis Butun, RT. 002 RW. 001, Gonis Tekam, Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau. Apotek Sejahtera Abadi didirikan oleh Ns. Felisia Agy, S.Kep. Apotek Sejahtera Abadi menyediakan obat berkualitas, dan selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan konsumen. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan ahli di bidang farmasi pada Apotek Sejahtera Abadi, yaitu Dessy Kartika Pratiwi, S.Farm.Apt. Selain Apotek, juga terdapat klinik pengobatan dokter umum yaitu dr. L. Rinto. Perizinan untuk apotek ini adalah 516/003/DPMPTSPTK/2017, sedangkan izin untuk kliniknya adalah 503/3269/KL.002/Diskes/2017. Perizinan untuk Apotek dan Klinik Sejahtera Abadi didapatkan dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau.

Apotek Sejahtera Abadi menjual berbagai jenis obat dengan harga yang bervariasi, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.2 :

**Tabel 1.2**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Jenis Obat dan Harga Jual**  
**Tahun 2018**

No	Jenis Obat	Harga (Rp)
1	Obat Bebas	1.000,00 – 100.000,00
2	Obat Bebas Terbatas	2.500,00 – 100.000,00
3	Obat Keras	4.000,00 – 500.000,00
4	Obat Psikotropika	50.000,00 – 300.000,00
5	Obat Herbal	7.000,00 – 500.000,00
6	Obat Racikan	5.000,00 – 150.000,00

Sumber : Apotek Sejahtera Abadi, 2018

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Apotek Sejahtera Abadi menjual berbagai jenis obat dengan kisaran harga dari Rp. 1.000,00 sampai dengan Rp. 500.000,00.

Obat bebas atau dapat disebut juga obat OTC (*Over The Counter*) merupakan obat yang dapat dijual secara bebas baik di toko-toko obat atau apotek dan dapat dibeli tanpa harus menggunakan resep dokter. Zat aktif yang terkandung didalamnya relatif aman dan memiliki efek samping yang rendah. Selama dikonsumsi sesuai dengan petunjuk dan dosis yang tertera pada kemasan maka tidak memerlukan pengawasan dokter untuk mengkonsumsinya. Obat yang termasuk golongan ini ditandai dengan lingkaran berwarna hijau bergaris tepi hitam yang terdapat pada kemasan. Umumnya obat bebas digunakan untuk mengobati penyakit yang termasuk kategori ringan, seperti pusing, flu, maupun batuk, atau dapat berupa suplemen nutrisi dan multivitamin. Contoh obat bebas seperti Parasetamol dan Livron B Plex. Sama halnya dengan obat bebas, obat bebas terbatas dapat pula disebut obat OTC (*Over The Counter*), yakni merupakan obat yang sebenarnya termasuk obat keras namun dalam jumlah tertentu masih dapat dijual di apotek dan dapat dibeli tanpa resep dari dokter. Sebelumnya, golongan obat ini disebut dengan daftar W. “W” dalam bahasa Belanda adalah singkatan dari kata “*Waarschuwing*” yang artinya peringatan. Contoh obat bebas terbatas adalah Antimo, Ultraflu, dan Decolden. Obat keras dahulu disebut golongan obat G. “G” adalah singkatan dari “*Gevaarlijk*” yang artinya berbahaya. Berbahaya disini dimaksudkan jika pemakaiannya tidak berdasarkan resep dokter dikhawatirkan dapat memperparah

penyakit, meracuni tubuh, bahkan menyebabkan kematian. Obat keras tidak dapat dibeli dengan bebas di apotek melainkan harus menggunakan resep dokter. Contoh obat keras seperti asam mefenamat. Kemasan pada golongan obat keras ditandai dengan lingkaran merah bergaris tepi hitam yang terdapat huruf K didalamnya. Psikotropika merupakan zat atau obat yang secara alamiah maupun sintesis bukanlah merupakan golongan narkotika. Efek yang dimiliki psikotropika dapat mempengaruhi susunan sistem saraf pusat (SSP) sehingga dapat menimbulkan perubahan yang khas terhadap mental dan perilaku bagi orang-orang yang mengkonsumsinya. Bukan hanya itu, psikotropika juga dapat menyebabkan halusinasi, gangguan pada cara berpikir, mengurangi rasa nyeri dan sakit, serta dapat menimbulkan ketergantungan bagi pemakainya. Contoh obat atau zat yang tergolong psikotropika antara lain seperti phenobital dan diazepam. Obat herbal adalah obat yang berasal dari seluruh atau sebagian dari tumbuh-tumbuhan yang tidak berkayu atau tanaman yang berkayu atau tanaman yang bersifat paku, seperti madu, sari kurma, teh hijau, dan lain-lain. Obat racikan yaitu obat yang dibentuk dengan mencampur bahan-bahan aktif dalam bentuk racikan terutama dalam bentuk padat (puyer) dan cair.

Jumlah transaksi pembelian obat pada Apotek Sejahtera Abadi Tahun 2015 sampai dengan 2017 dapat dilihat pada Tabel 1.3 :

**Tabel 1.3**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Jumlah Transaksi Pembelian Obat**  
**Tahun 2015 – 2017**

No	Tahun	Jumlah Transaksi (kali)	Naik / Turun (%)
1	2015	1.685	-
2	2016	1.124	(33,29)
3	2017	924	(17,79)

Sumber : Apotek Sejahtera Abadi, 2018

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah transaksi pembelian obat pada Tahun 2016 turun sebesar 33,29% dari Tahun 2015, dan pada Tahun 2017 jumlah transaksi pembelian obat juga menurun sebesar 17,79% dari Tahun 2016. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, menurunnya transaksi pembelian obat pada tahun 2016 disebabkan besarnya penurunan pembelian obat bebas oleh konsumen, sedangkan pada tahun 2017 penurunan transaksi disebabkan pihak rumah sakit tidak lagi berkerja sama dengan Apotek Sejahtera Abadi Sekadau.

Alasan penulis memilih Apotek Sejahtera Abadi sebagai objek penelitian adalah karena total penjualan obat yang menurun pada tahun 2016 dan 2017, yang mana ini artinya ada kecenderungan konsumen lebih memilih berbelanja obat di apotek lain. Kecenderungan tersebut mengindikasikan tidak adanya loyalitas konsumen. Salah satu penyebab konsumen tidak loyal adalah konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan di Apotek Sejahtera Abadi.

Total penjualan obat di Apotek Sejahtera Abadi dapat dilihat pada Tabel

1.4 :

**Tabel 1.4**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Total Penjualan Obat**  
**Tahun 2015 – 2017**

No	Tahun	Total Penjualan Obat (Rp.)	Naik / Turun (%)
1	2015	116.034.021,00	-
2	2016	211.925.300,00	82,64
3	2017	170.599.998,00	(19,50)

Sumber : Apotek Sejahtera Abadi, 2018

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa pada Tahun 2016 total penjualan obat mengalami peningkatan sebesar 82,64% dari Tahun 2015, sedangkan pada Tahun 2017 total penjualan obat mengalami penurunan sebesar 19,50% dari Tahun 2016.

Apotek Sejahtera Abadi berkerjasama dengan beberapa distributor obat ternama yang ada di Indonesia. Data distributor obat yang menjadi pemasok obat untuk Apotek Sejahtera Abadi ditampilkan pada Tabel 1.5 :

**Tabel 1.5**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Distributor Obat**  
**Tahun 2017**

No	Nama Distributor
1	PT. Anugrah Argon Medica
2	PT. Tri Sapta Jaya
3	PT. Sapta Sari Tama
4	PT. Marga Nusantara Jaya
5	PT. Parit Padang Global
6	PT. Bina San Prima

Sumber: Apotek Sejahtera Abadi, 2018

Apotek Sejahtera Abadi merupakan apotek rujukan dari rumah sakit dan beberapa puskesmas di Kabupaten Sekadau sebagai tempat untuk menebus obat.

Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dan bertambahnya kompetitor, maka pihak apotek akan berlomba semaksimal mungkin untuk melayani konsumen. Masing-masing apotek menawarkan keunggulan-keunggulan yang mereka miliki, demikian juga dengan Apotek Sejahtera Abadi.

Memberikan pelayanan yang baik atau berkualitas kepada konsumen merupakan salah satu faktor penentu berhasil atau tidaknya sebuah bisnis. Banyak kegagalan bisnis terjadi karena konsumen dikecewakan sehingga mereka mencari alternatif ke tempat lain. Pendekatan berdasarkan kepentingan pelanggan (*customer oriented*) sebaiknya dilakukan secara lebih sistematis dan efektif. Pemilik Apotek Sejahtera Abadi menekankan kepada para karyawan untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumennya. Karyawan Apotek Sejahtera Abadi selalu melayani secara sopan. Pemilik dan karyawan Apotek Sejahtera Abadi menjadikan kotak keluhan pelanggan sebagai tolak ukur pelayanan di apotek, dan masih banyak lagi. Hal-hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas, dan pada akhirnya akan tercipta loyalitas konsumen.

Penulis melakukan observasi dengan melihat fasilitas yang tersedia di Apotek Sejahtera Abadi. Fasilitas yang tersedia di Apotek Sejahtera Abadi seperti kipas angin, televisi, kursi tunggu, toilet, dan wastafel. Selain itu ada juga layanan cek tensi darah dan cek kadar kolesterol, konsumen cukup membayar Rp. 25.000,00 untuk mendapat pelayanan cek tensi darah dan cek kadar

kolesterol tersebut. Tata letak di Apotek juga lumayan rapi. Terdapat 3 rak kaca yang berisi obat-obatan, beberapa lukisan, dan poster-poster kesehatan.

Selain melakukan observasi, penulis juga melakukan wawancara dengan pemilik dan 10 orang konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik apotek, penulis mendapatkan informasi bahwa beberapa konsumen memberikan keluhan terhadap Apotek Sejahtera Abadi mengenai keamanan parkir, dan juga minimnya kursi tunggu konsumen. Keluhan ini konsumen sampaikan kepada karyawan apotek ataupun melalui apoteker, yang nantinya akan disampaikan kepada pemilik apotek.

Penulis melakukan wawancara dengan 10 orang konsumen mengenai alasan mereka memilih Apotek Sejahtera Abadi dibandingkan apotek lain. Ada beberapa faktor penyebab konsumen lebih memilih Apotek Sejahtera Abadi dibandingkan apotek lain, yaitu sebagai berikut :

1. Ketersediaan obat yang lebih lengkap dibandingkan apotek lain.
2. Apotek Sejahtera Abadi adalah apotek terdekat yang bisa didatangi.
3. Ruang tunggu apotek yang bersih.
4. Asisten apotek cekatan dan berparas menarik dan ramah.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Apotek Sejahtera Abadi Di Kabupaten Sekadau”.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Apotek Sejahtera Abadi di Kabupaten Sekadau?”.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian, penulis membatasi penelitian pada :

1. Variabel kualitas pelayanan (X) diukur dengan menggunakan dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.
2. Variabel loyalitas konsumen (Y) diukur dengan menggunakan dimensi pembelian ulang, membeli di luar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, memiliki keyakinan bahwa tempat tersebut yang terbaik.

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Apotek Sejahtera Abadi di Kabupaten Sekadau.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan alat bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan serta melatih diri dalam meningkatkan kemampuan menganalisis suatu permasalahan secara ilmiah.

## 2. Bagi Perusahaan

Penulis berharap agar penulisan ini dapat berguna sebagai masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengevaluasi dan menyusun kebijakan yang tepat untuk menarik konsumen di masa yang akan datang dan berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen.

## 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa dalam menambah wawasan serta bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penulisan karya ilmiah.

## F. Kerangka Pemikiran

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014:268) : “Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Tjiptono (2014:282) terdapat lima dimensi utama kualitas jasa, yaitu :

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas bahaya, risiko, dan keragu-raguan.
4. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Sheth dan Mittal (2004) dalam Tjiptono (2014:393) : “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau

pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”.

Griffin (2002:31) dalam Hurriyati (2015:130) mengemukakan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

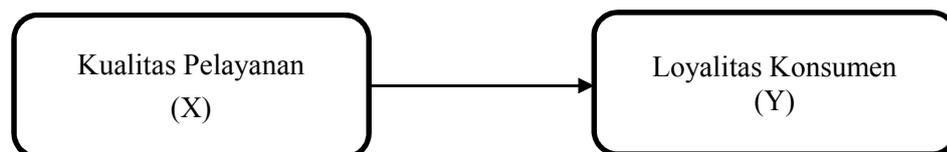
1. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*).
2. Membeli di luar lini produk/jasa (*Purchases across product and service lines*).
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*Refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Surachman dan Elvira Azis (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Apotek Telkomedika Sentot, Buah Batu, Dan Gerlong)” menunjukkan bahwa evaluasi pengaruh secara simultan sub-variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan, diperoleh hasil bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial, sub-variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan diperoleh hasil bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sub-variabel bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Thimang (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Meloy Di Sangatta” menunjukkan

bahwa secara simultan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Meloy di Sangatta. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan, sedangkan kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rumah sakit Meloy di Sangatta.

Berdasarkan paparan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif. Menurut Siregar (2017:15) : “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen Apotek Sejahtera Abadi di Kabupaten Sekadau.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Data Primer**

Menurut Siregar (2017:37) : “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau

tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

#### 1) Observasi

Menurut Siregar (2017:42) : “Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut”. Penulis melakukan observasi dengan melihat fasilitas yang tersedia di Apotek Sejahtera Abadi.

#### 2) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40) : “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden”. Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Apotek Sejahtera Abadi dan 10 orang konsumen Apotek Sejahtera Abadi Kabupaten Sekadau untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian ini.

#### 3) Kuesioner

Menurut Siregar (2017:44) : “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau

sistem yang sudah ada”. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli obat di Apotek Sejahtera Abadi.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37) : “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian yaitu data jumlah apotek yang ada di Indonesia, apotek di Kabupaten Sekadau, jenis obat dan harga jual, jumlah transaksi pembelian obat, total penjualan obat, dan distributor obat.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Bungin dalam Siregar (2017:56) : “Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli obat di Apotek Sejahtera Abadi.

b. Sampel

Menurut Siregar (2017:56) : “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka perhitungan sampel menggunakan rumus Michel (Siregar, 2017:62) sebagai berikut :

$$n = \frac{(z_{\alpha-2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

$n$  = sampel

$p$  = proporsi populasi

$q = 1-p$

$Z$  = tingkat kepercayaan/signifikan

$e$  = *margin of error*

Berdasarkan rumus di atas, maka perhitungan sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} \\ n &= \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{(0,1)^2} \\ &= 56,8 \\ &= 57 \text{ orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 57 orang. Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel sebanyak 100 orang.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Siregar (2017:60) : “*Purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-

kriteria tertentu”. Kriteria atau pertimbangan yang digunakan untuk penentuan sampel adalah :

- 1) Responden berusia minimal 18 tahun.
- 2) Responden merupakan orang yang membeli obat dengan menggunakan resep dokter dari rumah sakit atau klinik manapun yang ada di Kabupaten Sekadau

#### 4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) : “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

##### a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39) : “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X).

##### b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39) : “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen (Y).

## 5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Siregar (2017:50) : “Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu”. Dengan melihat jawaban responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing dengan skor interval menggunakan 5 kategori, yaitu:

**Tabel 1.6**  
**Skor Pernyataan Responden**

No	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Konsumen	Skor
1	Sangat Baik (SB)	Sangat Setuju (SS)	5
2	Baik (B)	Setuju (S)	4
3	Kurang Baik (KB)	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Baik (TB)	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Baik (STB)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 6. Analisis Data

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75) : “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang akan diukur”. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika  $r_{hitung} \geq r_{Tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).

b) Jika  $r_{hitung} < r_{Tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87) : “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Siregar (2017:90) : “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ ”.

## b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153) : “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas (sig)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas (sig)  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

## c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2017:379) : “Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas apakah positif atau negatif dan untuk

memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan, dengan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Di mana :

$\hat{Y}$  = Variabel terikat ( Loyalitas Konsumen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas ( Kualitas Pelayanan)

#### d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337) : “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen (Y) dengan menggunakan bantuan program *Software SPSS 19.00 for Windows*.

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan**

Nilai Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2017:338) : “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel X terhadap variabel Y (terikat)”. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Langkah-langkah dalam uji kelayakan model (uji F) adalah sebagai berikut :

1) Membuat Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0$  = Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

$H_a$  = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

2) Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ )

Taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05).

3) Menentukan  $F_{hitung}$  dan  $F_{Tabel}$

a) Menentukan  $F_{hitung}$

Nilai  $F_{hitung}$  diperoleh dengan bantuan *software* SPSS 19.

b) Menentukan  $F_{Tabel}$

Nilai  $F_{Tabel}$  dapat diperoleh dengan rumus  $df_1 = k$  (jumlah variabel)  $- 1$  dan  $df_2 = n$  (jumlah sampel)  $- k$  (jumlah variabel). Jadi  $df_1 = 2 - 1 = 1$  dan  $df_2 = 100 - 2 = 98$ , maka dilihat pada Tabel F dengan tingkat signifikansi 0,05 pada kolom ke 1 pada baris ke 98 diperoleh  $F_{Tabel}$  sebesar 3,94.

4) Kriteria Pengujian

a) Jika  $F_{hitung} \leq F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pemasaran**

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuannya tergantung pada bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya. Selain itu juga tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang dipergunakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen menjadi peluang yang menghasilkan laba perusahaan. Menurut Mullins, dkk (2008) dalam Tjiptono (2014:04) : “Pemasaran adalah proses sosial yang mencakup aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan”. Menurut Kotler dan Keller (2009:5) : “Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa inti dari pemasaran adalah proses pemenuhan kebutuhan manusia melalui pertukaran dengan pihak lain dengan tujuan mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan.

## **B. Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) : “Manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Menurut Wahjono (2013:2) : “Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

Definisi ini menyadari bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa serta gagasan; berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tugas manajemen pemasaran bukan hanya menawarkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasarnya, menetapkan harga yang efektif, komunikasi dan distribusi untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan melayani pasarnya. Tetapi lebih dari itu, tugas manajemen pemasaran adalah mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasarannya.

## **C. Jasa**

Jasa memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Banyak pakar pemasaran telah memberikan definisi tentang jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009:36) :

“Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) : “Jasa (*service*) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu”.

Menurut Sunyoto dan Susanti (2015:8) :

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi yang mungkin terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Tjiptono (2014:28) mengemukakan bahwa jasa memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari barang, yaitu:

1. *Intangibility*  
Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.
2. *Inseparability*  
Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
3. *Variability/heterogeneity/inconsistency*  
Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized* output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability*  
*Perishability* berarti bahwa jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

#### **D. Kualitas Jasa**

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan

yang kuat dengan perusahaan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2012:152) : “Kualitas dapat dirumuskan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:143) : “Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Kotler dan Keller (2009:52) mengidentifikasi 5 (lima) determinan kualitas jasa, yaitu:

- a. Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- b. Responsivitas, yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
- c. Jaminan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati, yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- e. Wujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

## **E. Loyalitas Konsumen**

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran adalah mutlak. Pemasar pasti amat berharap agar dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan bila memungkinkan untuk selamanya. Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Selain itu, pelanggan yang loyal akan mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan baru dan memberikan umpan balik positif kepada perusahaan.

Loyalitas merupakan hasil dari mencurahkan perhatian kepada apa yang perlu dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dan kemudian terus-menerus

melakukannya. Loyalitas pelanggan yang meningkat akan mengakibatkan hasil positif berupa profitabilitas yang lebih tinggi, retensi pegawai yang lebih tinggi, dan basis keuangan yang lebih stabil.

Menurut Sheth dan Mittal (2004) dalam Tjiptono (2014:393) : “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”. Menurut Wulf, dkk (2001) dalam Sumarwan, dkk (2011:232) : “Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan serta mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan, dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok yang merasa puas dengan produk atau merek yang dikonsumsi dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten di masa mendatang.

Menurut Oliver (1999) dalam Sumarwan, dkk (2011:232), tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap yaitu:

1. Loyalitas Kognitif

Tahap di mana pengetahuan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap merek dan manfaatnya dilanjutkan ke pembelian berdasarkan keyakinan atas superioritas yang ditawarkan pada tahap ini, dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

2. Loyalitas Afektif

Sikap *favorable* konsumen terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung. Pada tahap ini, dasar kesetiaannya adalah pada sikap dan

komitmen konsumen terhadap produk dan jasa sehingga pada tahap ini telah terbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.

3. Loyalitas Konatif

Intensi pembelian berulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

4. Loyalitas Tindakan

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.

Griffin (2002:31) dalam Hurriyati (2015:130) mengemukakan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*).
2. Membeli di luar lini produk/jasa (*Purchases across product and service lines*).
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*Refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

## F. Apotek

Menurut Wikipedia : “Apotek adalah toko tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang medis. Apotek juga merupakan tempat apoteker melakukan praktik profesi farmasi sekaligus menjadi peritel. Kata ini berasal dari bahasa Yunani “*apotheca*” yang secara harfiah berarti penyimpanan”.

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1332/MENKES/SK/X/2002 : “Apotek adalah suatu tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat”.

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1027/MENKES/SK/IX/2004 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek : “Apotek adalah

tempat tertentu, tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian dan penyalur sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat”.

Adapun tugas dan fungsi Apotek menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 25 tahun 1980 pasal 2 adalah:

1. Tempat pengabdian profesi seorang apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan.
2. Sarana farmasi yang melaksanakan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran dan penyerahan obat atau bahan obat.
3. Sarana penyalur perbekalan farmasi yang harus menyebarkan obat yang diperlukan masyarakat secara luas dan merata.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya Apotek Sejahtera Abadi**

Apotek Sejahtera Abadi terletak di Jalan Sekadau-Sintang, Dusun Gonis Butun, RT. 002 RW. 001, Gonis Tekam, Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau. Apotek Sejahtera Abadi didirikan pada tahun 2015 dengan surat izin 516/003/DPMPTSPTK/2017 dari Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau. Apotek Sejahtera Abadi didirikan dengan modal seluruhnya berasal dari Pemilik Sarana Apotek (PSA), yaitu : Ns. Felisia Agy, S.Kep. Sejak semula Apotek ini didirikan untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat sekitar dan juga menyediakan obat-obatan yang memiliki mutu dan kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau.

Apotek Sejahtera Abadi dipimpin oleh ibu Ns. Felisia Agy, S.Kep dan dibantu oleh ibu Dessy Kartika Pratiwi, S.Farm., Apt sebagai Apoteker Pengelola Apotek (APA). Apotek Sejahtera Abadi didirikan dengan tujuan untuk menyediakan obat serta pembekalan farmasi bagi dokter praktek yang berlokasi sama dengan Apotek dan di sekitar Apotek, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang obat-obatan.

#### **B. Visi dan Misi Apotek Sejahtera Abadi**

Visi Apotek Sejahtera Abadi adalah “Menjadi Apotek terpercaya dengan pelayanan yang prima, ramah, dan harga terjangkau sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di bidang kesehatan”.

Misi Apotek Sejahtera Abadi adalah sebagai berikut :

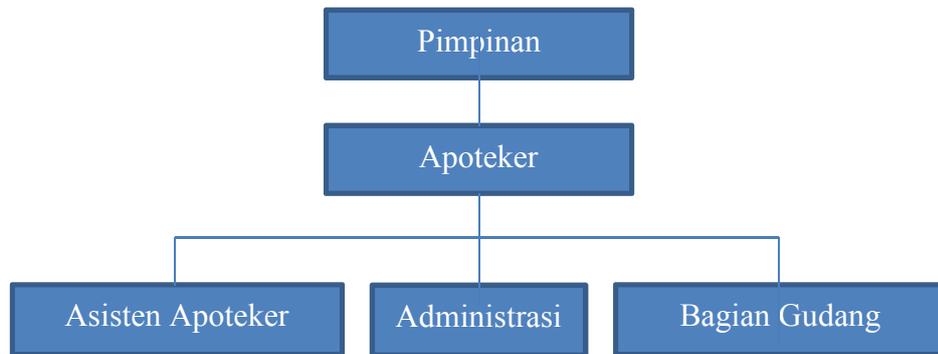
1. Memberikan pelayanan kesehatan khususnya obat-obatan kepada masyarakat sekitar.
2. Memberikan pelayanan kebutuhan obat masyarakat sekitar dengan harga yang terjangkau (relatif lebih murah dibandingkan Apotek lainnya).
3. Melayani dengan ramah dan sopan kepada setiap pengunjung yang sedang memenuhi kebutuhan obatnya.

### **C. Struktur Organisasi Apotek Sejahtera Abadi**

Struktur organisasi merupakan pencerminan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab di dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Struktur organisasi merupakan hal yang penting dan harus dimiliki oleh setiap perusahaan ataupun sebuah organisasi. Jika struktur organisasi baik, maka akan tercipta hubungan kerja sama yang baik dan teratur, dan sebaliknya jika struktur organisasi tidak berjalan dengan baik, maka dapat menghambat jalannya pekerjaan dan hubungan kerja sama kurang harmonis. Oleh karena itu, sebuah perusahaan ataupun organisasi sangat memperhatikan hal tersebut.

Berikut ini adalah struktur organisasi dari Apotek Sejahtera Abadi :

**Gambar 3.1**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Struktur Organisasi**



Sumber : Apotek Sejahtera Abadi, 2018

Berdasarkan struktur organisasi pada Apotek Sejahtera Abadi, maka tugas masing-masing bagian dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Pimpinan

Pimpinan adalah orang penyandang dana atau modal untuk apotek. Pimpinan dari Apotek Sejahtera Abadi Sekadau adalah Ns. Felisia Agy, S.Kep. Tugas seorang pimpinan apotek adalah :

- a. Menanggung semua modal pendirian Apotek.
- b. Berhak memilih APA (Apoteker Pengelola Apotek).
- c. Mengontrol keuangan Apotek.

#### 2. Apoteker

Apoteker atau APA (Apoteker Pengelola Apotek) adalah sarjana farmasi yang telah lulus pendidikan profesi dan telah mengucapkan sumpah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berhak melakukan pekerjaan kefarmasian di Indonesia sebagai Apoteker. APA (Apoteker Pengelola Apotek)

di Apotek Sejahtera Abadi Sekadau adalah Dessy Kartika Pratiwi, S.Farm., Apt.

Tugas pokok dari seorang apoteker yaitu :

- a. Memastikan bahwa jumlah obat yang dibutuhkan senantiasa tersedia dan diserahkan kepada yang membutuhkan.
- b. Menata apotek sedemikian rupa sehingga berkesan bahwa apotek menyediakan berbagai obat dan perbekalan kesehatan lain secara lengkap.
- c. Menetapkan harga jual produknya dengan harga bersaing.
- d. Mengelola apotek sedemikian rupa sehingga memberikan keuntungan.
- e. Mengupayakan agar pelayanan di apotek dapat berkembang dengan cepat, nyaman dan ekonomis.

### 3. Asisten Apoteker

Asisten Apoteker adalah tenaga kesehatan yang berijazah Sekolah Menengah Farmasi, Akademi Farmasi Jurusan Farmasi Politeknik Kesehatan, Akademi Analisis Farmasi dan Makanan Jurusan Analisis Farmasi dan Makanan Politeknik Kesehatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Asisten apoteker mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Mengecek kesiapan apotek sebelum operasional.
- b. Menyusun produk racikan yang didistribusikan dari gudang farmasi ke apotek.
- c. Melakukan peracikan obat.
- d. Membuat *copy* resep.

#### 4. Administrasi

Bagian administrasi berinteraksi secara langsung dengan konsumen dalam hal transaksi penjualan. Tugas pokoknya adalah sebagai berikut:

- a. Menerima barang yang sudah disediakan oleh asisten apoteker.
- b. Membuat nota penjualan.
- c. Memberikan barang dan nota penjualan kepada konsumen.
- d. Membuat laporan penjualan barang.

#### 5. Bagian Gudang

Bagian gudang ini merupakan bagian yang berhubungan langsung dengan persediaan barang/obat. Bagian gudang ini mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Mencatat data stok barang yang tersedia.
- b. Melakukan pemesanan barang yang sudah minim.
- c. Melakukan negosiasi harga barang ke *supplier* dan mencari harga yang sesuai atau kompetitif.
- d. Membuat laporan persediaan dan pembelian dari *supplier*.

### **D. Aspek SDM**

#### 1. Jumlah Karyawan

Dalam melakukan kegiatan usahanya, Apotek Sejahtera Abadi didukung oleh sumber daya manusia yang memadai untuk melayani konsumen. Adapun jumlah karyawan Apotek Sejahtera Abadi dapat dilihat pada Tabel 3.1 :

**Tabel 3.1**  
**Apotek Sejahtera Abadi**  
**Jumlah Karyawan**  
**Tahun 2018**

No	Jabatan	Jumlah (Orang)
1	Pimpinan	1
2	Apoteker	1
3	Asisten Apoteker	1
3	Administrasi	1
4	Bagian Gudang	2
	<b>Jumlah</b>	<b>6</b>

Sumber : Apotek Sejahtera Abadi, 2018

## 2. Jam Kerja Karyawan

Karyawan Apotek Sejahtera Abadi mulai bekerja dari Pukul 08.00 WIB sampai Pukul 22.00 WIB, dengan sistem *shift*. Pergantian *shift* dilakukan pada Pukul 15.00 WIB. Apotek Sejahtera Abadi buka pada hari Senin – Minggu. Untuk hari-hari libur keagamaan atau hari-hari libur lainnya, Apotek Sejahtera Abadi tutup lebih awal yaitu pukul 15.00.

## 3. Sistem Penggajian

Gaji karyawan Apotek Sejahtera Abadi dibayar per bulan dengan besaran gaji karyawan pada bidang administrasi dan bagian gudang adalah Rp. 1.500.000,00, gaji seorang asisten apoteker adalah Rp. 2.500.000,00, sedangkan untuk apoteker adalah Rp. 3.500.000,00. Selain gaji, karyawan Apotek Sejahtera Abadi juga mendapatkan Tunjangan Hari Raya (THR).

## **E. Aspek Pemasaran**

### **1. Produk**

Produk merupakan segala jenis obat yang ditawarkan oleh Apotek Sejahtera Abadi kepada konsumen. Produk yang ditawarkan antara lain obat bebas, obat bebas terbatas, obat keras, obat psikotropika, obat herbal, dan obat racikan.

Apotek Sejahtera Abadi menjual obat dengan mengutamakan kualitas, seperti membeli obat yang telah terjamin halal, dan juga sudah terdaftar di BPOM.

### **2. Harga**

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan/organisasi karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Harga obat yang dijual di Apotek Sejahtera mulai dari Rp. 1.500,00 sampai dengan Rp. 2.500.000.00.

### **3. Tempat**

Tempat atau lokasi usaha merupakan salah satu aspek yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya pemasaran perusahaan. Apotek Sejahtera Abadi beralamat di Jalan Sekadau-Sintang, Dusun Gonis Butun, RT.002 RW.001, Gonis Tekam, Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan letaknya yang strategis. Hal ini mengingat Jalan Sekadau-Sintang masih berada di dalam kota, di pinggir jalan raya, arus

transportasi yang lancar menuju Apotek Sejahtera Abadi serta mudah dijangkau masyarakat sekitarnya.

#### 4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Apotek Sejahtera Abadi dalam memperkenalkan apoteknya ke masyarakat sekitar. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Apotek Sejahtera Abadi dengan cara membuat *banner* dan papan nama apotek yang dipasang di depan apotek.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan salah satu ciri yang dapat diteliti serta digunakan untuk keperluan analisis data. Karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, yaitu seluruh konsumen Apotek Sejahtera Abadi. Karakteristik responden yang dibahas dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, pendapatan per bulan, dan frekuensi pembelian obat.

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	53	53
2	Perempuan	47	47
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 53 orang atau 53%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.2 :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-29	58	58
2	30-39	22	22
3	40-49	16	16
4	50-59	4	4
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur 20-29 tahun yaitu sebanyak 58 orang atau 58%.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada

Tabel 4.3 :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	7	7
2	SMP	17	17
3	SMA	49	49
4	S1	27	27
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA yaitu sebanyak 49 orang atau 49%.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PNS	18	18
2	Karyawan Swasta	40	40
3	Honorar	7	7
4	Wirausaha	12	12
5	Petani	21	21
6	Mahasiswa	2	2
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 40 orang atau 40%.

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan dapat dilihat pada Tabel 4.5 :

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan**

No	Status Perkawinan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Menikah	59	59
2	Belum Menikah	41	41
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berstatus sudah menikah yaitu sebanyak 59 orang atau 59%.

## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan dapat dilihat pada Tabel 4.6 :

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

No	Pendapatan Per Bulan (Rp)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1.000.000-1.999.999	29	29
2	2.000.000-2.999.999	22	22
3	3.000.000-3.999.999	32	32
4	4.000.000-4.999.999	13	13
5	5.000.000-5.999.999	4	4
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendapatan Rp. 3.000.000 – Rp. 3.999.999 per bulan yaitu sebanyak 32 orang atau 32%.

## 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Obat

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian obat dapat dilihat pada Tabel 4.7 :

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	2-4 kali	73	73
2	5-7 kali	25	25
3	8-10 kali	2	2
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini membeli obat sebanyak 2-4 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 73 orang atau 73%.

## B. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas konsumen. Uji validitas membandingkan nilai korelasi hitung ( $r_{hitung}$ ) dengan  $r_{Tabel}$ . Nilai  $r_{Tabel}$  diperoleh dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% (0,05), dengan jumlah responden =  $n-2= 100-2 = 98$ , maka nilai  $r_{Tabel}$  dapat dilihat pada Tabel Nilai  $r$  *Product Moment* yaitu sebesar 0,1966 (dibulatkan menjadi 0,197).

Hasil uji validitas pernyataan-pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.8 :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

No.	Pernyataan	Hasil Korelasi (r <sub>xy</sub> )	r Tabel	Kesimpulan
1.	P1	0,400	0,197	VALID
2.	P2	0,136	0,197	TIDAK VALID
3.	P3	0,340	0,197	VALID
4.	P4	0,432	0,197	VALID
5.	P5	0,393	0,197	VALID
6.	P6	0,477	0,197	VALID
7.	P7	0,514	0,197	VALID
8.	P8	0,537	0,197	VALID
9.	P9	0,523	0,197	VALID
10.	P10	0,479	0,197	VALID
11.	P11	0,405	0,197	VALID

**Tabel 4.8**  
**(Lanjutan)**

No.	Pernyataan	Hasil Korelasi (r <sub>xy</sub> )	r Tabel	Kesimpulan
12.	P12	0,408	0,197	VALID
13.	P13	0,471	0,197	VALID
14.	P14	0,466	0,197	VALID
15.	P15	0,428	0,197	VALID
16.	P16	0,355	0,197	VALID
17.	P17	0,305	0,197	VALID
18.	P18	0,428	0,197	VALID
19.	P19	0,456	0,197	VALID
20.	P20	0,372	0,197	VALID
21.	P21	0,485	0,197	VALID
22.	P22	0,455	0,197	VALID
23.	P23	0,438	0,197	VALID
24.	P24	0,407	0,197	VALID
25.	P25	0,448	0,197	VALID
26.	P26	0,403	0,197	VALID
27.	P27	0,182	0,197	TIDAK VALID
28.	P28	0,266	0,197	VALID
29.	P29	0,526	0,197	VALID
30.	P30	0,297	0,197	VALID
31.	P31	0,464	0,197	VALID
32.	P32	0,099	0,197	TIDAK VALID
33.	P33	0,052	0,197	TIDAK VALID

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan ada beberapa item pernyataan yang tidak valid yakni P2, P27, P32, dan P33 karena nilai *corrected item total correlation* kurang dari 0,197, sehingga dilakukan pengujian ulang dengan membuang pernyataan yang tidak valid secara statistik sehingga diperoleh hasil uji validitas pada Tabel 4.9 :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

No.	Pernyataan	Hasil Korelasi (rxy)	r Tabel	Kesimpulan
1.	P1	0,378	0,197	VALID
2.	P3	0,298	0,197	VALID
3.	P4	0,422	0,197	VALID
4.	P5	0,405	0,197	VALID
5.	P6	0,486	0,197	VALID
6.	P7	0,482	0,197	VALID
7.	P8	0,521	0,197	VALID
8.	P9	0,520	0,197	VALID
9.	P10	0,482	0,197	VALID
10.	P11	0,440	0,197	VALID
11.	P12	0,400	0,197	VALID
12.	P13	0,472	0,197	VALID
13.	P14	0,510	0,197	VALID
14.	P15	0,440	0,197	VALID
15.	P16	0,382	0,197	VALID
16.	P17	0,327	0,197	VALID
17.	P18	0,457	0,197	VALID
18.	P19	0,507	0,197	VALID
19.	P20	0,415	0,197	VALID
20.	P21	0,477	0,197	VALID
21.	P22	0,452	0,197	VALID
22.	P23	0,435	0,197	VALID
23.	P24	0,411	0,197	VALID
24.	P25	0,445	0,197	VALID
25.	P26	0,418	0,197	VALID
26.	P28	0,201	0,197	VALID
27.	P29	0,540	0,197	VALID
28.	P30	0,284	0,197	VALID
29.	P31	0,453	0,197	VALID

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.9 menjelaskan bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan valid semua, karena nilai r hitung lebih besar dari 0,197 artinya  $r \text{ hitung} \geq r \text{ Tabel}$ .

Hasil uji validitas pernyataan-pernyataan dalam variabel Loyalitas Konsumen (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.10 :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)**

No.	Pernyataan	Hasil Korelasi (r <sub>xy</sub> )	r Tabel	Kesimpulan
1.	P1	0,575	0,197	VALID
2.	P2	0,565	0,197	VALID
3.	P3	0,469	0,197	VALID
4.	P4	0,844	0,197	VALID
5.	P5	0,713	0,197	VALID
6.	P6	0,622	0,197	VALID
7.	P7	0,809	0,197	VALID
8.	P8	0,816	0,197	VALID
9.	P9	0,782	0,197	VALID

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Loyalitas Konsumen (Y) dinyatakan valid semua, karena nilai r hitung lebih besar dari 0,197 artinya  $r \text{ hitung} \geq r \text{ Tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas item variabel Kualitas Pelayanan (X) dapat dilihat pada Tabel 4.11:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,839	29

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,839, lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pengukur variabel Kualitas Pelayanan dalam kuesioner adalah reliabel.

Hasil uji reliabilitas item variabel Loyalitas Konsumen (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.12 :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,856	9

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel Loyalitas Konsumen sebesar 0,856, lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pengukur variabel Loyalitas Konsumen dalam kuesioner adalah reliabel.

### C. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.13 :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33941243
Most Extreme Differences	Absolute	,095
	Positive	,095
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,952
Asymp. Sig. (2-tailed)		,325

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan, 2019

Hasil uji normalitas pada Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,325, lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

#### D. Analisis Regresi Linier Sederhana

Adapun hasil olahan data dapat dilihat pada Tabel 4.14 :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,423	,548		2,598	,011
	Kualitas Pelayanan	,702	,137	,459	5,118	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen  
Sumber: Data Olahan, 2019

Dari Tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$\hat{Y} = 1,423 + 0,702X$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) sebesar 1,423. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X) bernilai nol maka variabel Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 1,423 satuan.
2. Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,702. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat sebesar 0,702 satuan.

### E. Koefisien Korelasi (R)

Nilai koefisien korelasi (R) dapat dilihat pada Tabel 4.15 :

**Tabel 4.15**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi (R)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,459 <sup>a</sup>	,211	,203	,34114

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,459. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas konsumen adalah cukup karena nilainya berada pada interval 0,40–0,599

### F. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,211. Nilai ini menunjukkan bahwa 21,1% ( $1 \times 0,211 \times 100\%$ ) loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,9% ( $100 - 21,1$ ) loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### G. Uji Kelayakan Model

Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 4.16 :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,049	1	3,049	26,196	,000 <sup>a</sup>
	Residual	11,405	98	,116		
	Total	14,453	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data Olahan, 2019

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 26,196 > F_{Tabel} 3,94$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, berumur 20-29 tahun, berpendidikan SMA, bekerja sebagai karyawan swasta, sudah menikah, berpendapatan Rp. 3.000.000–Rp. 3.999.999 per bulan, dan frekuensi pembelian obat sebanyak 2-4 kali dalam sebulan.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah:  $\hat{Y} = 1,423 + 0,702X$ .
3. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,459. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas konsumen adalah cukup.
4. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,211. Nilai ini menunjukkan bahwa 21,1% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,9% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 26,196 > F_{tabel} 3,94$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Apotek Sejahtera Abadi harus terus menerus meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen agar nantinya tercipta pelayanan yang semakin baik yang akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen untuk membeli obat di Apotek Sejahtera Abadi.
2. Apotek Sejahtera Abadi sebaiknya menambah fasilitas-fasilitas yang tersedia di Apotek guna meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan cara menambahkan kursi tunggu untuk konsumen dan menambahkan keamanan parkir.
3. Secara umum kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen sudah dalam kategori baik. Untuk itu, penulis menyarankan untuk terus dipertahankan dan dapat ditingkatkan dengan menyesuaikan perkembangan yang terjadi.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hurriyati, Ratih. 2015. **Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen**. CV. Alfabeta, Bandung.
- <http://apif.binfar.depkes.go.id/grafik-apotek.php>
- Wahjono, Sentot Imam. 2013. **Manajemen Pemasaran Bank**. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi Ke-12, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketiga Belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 922/MENKES/PER/X/1993 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1332/MENKES/SK/X/2002 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 922/MENKES/PER/X/1993 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 889/MENKES/PER/V/2011 Tentang Registrasi, Izin Praktik, Dan Izin Kerja Tenaga Kefarmasian.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1027/MENKES/SK/IX/2004 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1980 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 1965 Tentang Apotek.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2009 Tentang Pekerjaan Kefarmasian.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. **Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif**. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho. 2011. **Riset Pemasaran dan Konsumen**. Penerbit IPB Press, Bogor
- Sunyoto, Danang, dan Fathonah Eka Susanti. 2015. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Surachman, Muhammad Arief, dan Elvira Azis. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Apotek Telkomedika Sentot, Buah Batu, Dan Gerlong). **e-Proceeding of Management**. Vol. 4 (3), Hal. 2382 – 2392.
- Thimang, Yuni. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Meloy Di Sangatta. **eJournal Administrasi Bisnis**. Vol. 5 (4), Hal. 1156 – 1166.
- Tjiptono, Fandy. 2012. **Service Management: Mewujudkan Layanan Prima**. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Penelitian**. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1997 Tentang Psikotropika.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.