

**KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(Studi kasus pada pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin Solo)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

NADYA BINTANG MAULYDA

NIM 18.13.0018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

**KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(Studi kasus pada pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin Solo)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

NADYA BINTANG MAULYDA

NIM 18.13.0018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Nadya Bintang Maulyda
NIM : 18.13.0018
Progdi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari ditemukan bahwa skripsi saya adalah hasil plagiat dari hasil karya orang lain, maka saya bersedia membatalkan/ menanggalkan gelar kesarjanaan saya atau saya bersedia diberi sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Surakarta, 02 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



NADYA BINTANG MAULYDA

PERSETUJUAN

Nama : NADYA BINTANG MAULYDA
NIM : 18.13.0018
Progdi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Mengetahui :

Kepala Program Studi Manajemen



Tri Ratna Panikatsin, S.E., M.B.A

Menyetujui,

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'Dr. Budi Istiyanto'.

Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

PENGESAHAN

Nama : NADYA BINTANG MAULYDA
NIM : 18.13.0018
Progdi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Telah disetujui dan disahkan dihadapan Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Surakarta, guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat gelar Sarjana
Manajemen.

Hari : Jum'at

Tanggal : 09 Oktober 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

()

Anggota: Putri Maisara, S.E., M.B.A

()

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

()

Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

MOTTO

“Today is gonna be a great day. Today is my lucky day. I believe this week is gonna be productive and I can finish everything”

Nadya Bintang Maulyda

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran , kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan” HR. Tirmidzi

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Alm Bapak Widodo dan Ibu Sri Lestari yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan doa yang tiada terputus.
2. Dosen pembimbing yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Sahabat - sahabat saya semasa di SMK Farmasi Nasional Surakarta
4. Apotek K-24 Muh Yamin yang telah memberikan izin dalam penelitian.
5. Dan semua pihak yang telah membantu dalam mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini sebagai pelengkap salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Ekonomi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Adapun judul penelitian penulis adalah **KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN.**

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa hal yang kurang sempurna, sehubungan adanya keterbatasan penulis dan upaya-upaya untuk mengatasinya yang telah menyertai proses penyempurnaan penelitian skripsi ini menjadi bagian dari perjuangan dalam menempuh dan menyelesaikan pendidikan.

Dalam kesempatan ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, dan sekaligus selaku dosen pembimbing.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,M.B.A. selaku Ketua Program Studi Manajemen.

3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen STIE Surakarta yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan memberikan dukungan.
4. Ibu Sri Lestari dan Almarhum Bapak Widodo atas segala doa, dukungan, dan restunya dalam setiap langkah hidup penulis. Dan terima kasih untuk kakak saya, Yoga Alifa Rizky.
5. Keluarga besar Apotek K-24 Muh Yamin atas kerjasamanya selama ini.
6. Deah Ayu, Rofiqoh Husni, Tita Agustina, Amadea Lola, Farida Berliana, dan teman-teman alumni SMK Farmasi Nasional Surakarta yang telah memberikan bantuan, dan semangat untuk saya.
7. Seluruh pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin yang terlibat sebagai responden penelitian.
8. Dan teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. *You are not weak, you are strong. Even if you are alone, or without friends and partners. But, you still have God.*

Akhir kata penulis berharap Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Dengan segala kekurangan penelitian ini semoga dapat bermanfaat untuk dikemudian hari.

Surakarta, 02 Agustus 2022

Penulis

Nadya Bintang Maulyda

ABSTRAK

KUALITAS LAYANAN APOTEK K-24 MUH YAMIN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

NADYA BINTANG MAULYDA

18.13.0018

Perkembangan bisnis dalam bidang jasa teruslah meningkat dari tahun ke tahun, oleh sebab itu keberhasilan dalam berbisnis dimulai dari kualitas layanan yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), dan *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan apotek K-24 Muh Yamin. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk *google form* yang diberikan kepada 100 responden dan menggunakan lima skala *likert* sebagai alat ukurnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow, dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, sedangkan untuk menguji tingkat signifikan menggunakan uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diketahui dari nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,881 dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,777 yang berarti kualitas layanan berpengaruh signifikan sebesar 77,7 persen terhadap kepuasan pelanggan, nilai sig. F 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian dari uji parsial (uji t) variabel bebas yang paling berpengaruh positif dan signifikan yaitu variabel *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan). Sedangkan variabel *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), berpengaruh positif signifikan, tetapi variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan apotek K-24 Muh Yamin.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	4
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Kerangka Pemikiran	10
D. Hipotesis	11
BAB III. METODE PENELITIAN	13
A. Objek Penelitian	13
B. Jenis dan Sumber Data	13
C. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, dan Sampel	13
1. Populasi	13
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	13
3. Sampel.....	14

d. Teknik Pengumpulan Data	14
D. Definisi Operasional Variabel.....	16
E. Teknis Analisa Data	36
1. Uji Instrumen Data.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	18
3. Uji Hipotesis	20
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
A. Analisis Deskriptif Identitas Responden	22
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	22
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	22
B. Analisis Data.....	23
1. Uji Instrumen.....	23
2. Uji Asumsi Klasik.....	25
3. Uji Hipotesis	28
C. Pembahasan	32
BAB V. PENUTUP.....	34
A. Kesimpulan	34
B. Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Kerangka Pemikiran.....	11
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	15
Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	22
Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Usia	22
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	23
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	24
Tabel 8. Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	25
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	26
Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	26
Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Koefisien Regresi)	27
Tabel 12. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	29
Tabel 13. Hasil Uji Simultan (Uji F)	31
Tabel 14. Hasil Uji R^2	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	37
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	42
Lampiran 3. Hasil Pengolahan SPSS	43
Lampiran 4. R Tabel	50
Lampiran 5. T Tabel	53
Lampiran 6. F Tabel.....	56
Lampiran 7. Dokumentasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan merupakan kondisi normal dan sejahtera anggota tubuh, sosial, dan jiwa raga pada seseorang. Dengan kata lain sehat merupakan harapan bagi semua orang untuk dapat melakukan aktifitas tanpa gangguan dimana ada kesinambungan antara kesehatan fisik, mental, dan sosial seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungan. Dengan menyeimbangkan adanya produsen obat akan memberikan kepuasan konsumen untuk menjadi konsumen yang potensial. Maka dari itu instansi resmi yang memuat izin pemerintah secara formal untuk akses jual beli obat-obatan biasa disebut dengan apotek.

Apotek merupakan fasilitas kesehatan dimana seorang profesi apoteker melakukan tugasnya sebagai penyelenggara pelayanan kefarmasian, dimana apotek merupakan sarana untuk menyediakan kebutuhan obat-obatan baik resep maupun nonresep. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 73 Tahun 2016, pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Dengan demikian, pelayanan kefarmasian yang baik akan mempengaruhi masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.

Pelayanan kefarmasian di masa sekarang telah berubah orientasinya dari *drug oriented* menjadi *patient oriented*. Maka dari itu peran seorang apoteker dalam

tugasnya dimulai dengan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku untuk dapat melaksanakan interaksi langsung dengan pasien. Pelayanan kefarmasian dikatakan bermutu apabila pelayanan tersebut dilakukan sesuai dengan standar yang ada. Menurut Departemen Kesehatan RI (2016), Standar pelayanan kefarmasian di apotek merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan kesehatan apotek yang berorientasi kepada pelayanan pasien, penyediaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai yang bermutu dan terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Tujuan dengan adanya standar pelayanan kefarmasian adalah untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

Di era seperti sekarang ini perkembangan jumlah apotek di Indonesia sangatlah pesat, salah satu faktor yang memicu untuk seorang pebisnis adalah obat memiliki nilai komoditas jual yang hampir setiap orang menggunakannya. Menurut data dari Kementrian Kesehatan RI – Direktorat Jenderal Kefarmasian dan Alat Kesehatan (2019), jumlah apotek di Indonesia pada tahun 2018 berjumlah 28.233 apotek. Jumlah apotek tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2017 yang berjumlah 26.658 apotek dan tahun 2016 yang berjumlah 25.339 apotek.

Gambar 1. Grafik Perkembangan Apotek



Apotek merupakan salah satu bisnis yang terus berkembang dan menjanjikan karena kebutuhan masyarakat akan obat-obatan semakin meningkat, seiring dengan peningkatan kesadaran kesehatan oleh masyarakat terutama pada saat kondisi pandemi COVID-19 saat ini. Dalam kondisi persaingan yang ketat ini, hal utama yang menjadi prioritas apotek adalah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai harapan pelanggan atau dengan kata lain adalah mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh apotek. Dengan meningkatkan pelayanan yang sebaik mungkin pelanggan akan merasa puas dan apotek akan tetap terus bertahan.

Salah satu pendukung berkembangnya bisnis apotek adalah jaringan bisnis waralaba apotek K-24 yang dilakukan secara franchise atau waralaba maupun

dengan membuka gerai sendiri (*company owned*). K-24 berdiri pertama kali pada tanggal 24 Oktober 2002 di Yogyakarta oleh seorang dokter yang bernama dr. Gideon Hartono. Perkembangan apotek K-24 sudah lebih dari 550 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, oleh karena itu dalam perjalanannya Apotek K-24 meraih banyak penghargaan sebagai Apotek Waralaba Terbaik di Indonesia. Berikut adalah beberapa penghargaan yang didapatkan oleh Apotek K-24 :

1. No. 1 Franchise Choice Award pada tahun 2020.
2. Top Digital Public Relation Award pada tahun 2021.
3. Pada tahun 2022 meraih beberapa penghargaan diantaranya adalah Wow Brand, Top Franchise, Corporate Image, dan Top Brand.

Persebaran apotek K-24 di Solo pada tahun 2020 terdiri dari tiga cabang outlet yang terdiri dari Apotek K-24 Muh Yamin, Apotek K-24 Setya Budi, dan Apotek K-24 Laweyan. Namun, disamping ketiga outlet tersebut Apotek K-24 Laweyan merupakan cabang outlet terbaru yang baru saja buka pada akhir tahun 2020. Oleh karena itu omzet penjualan pada Apotek K-24 Laweyan masih terhitung sedikit dibandingkan dengan K-24 Muh Yamin dan K-24 Setya Budi. Berikut adalah data penjualan apotek selama tiga bulan terakhir pada tahun 2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Data Penjualan Apotek

Bulan	K-24 Muh Yamin	K-24 Setya Budi
Oktober	543.116.800	293.010.228
November	625.541.628	306.600.085
Desember	782.132.177	367.905.310

Sumber : Dari data penjualan Apotek

Dari hasil omzet penjualan Apotek K-24 Muh Yamin dan K-24 Setya Budi dapat disimpulkan bahwa walaupun keduanya dibawah naungan apotek waralaba tetapi terdapat faktor pendukung yang dapat dijadikan sebagai bukti bahwa faktor sumber daya manusia dan tempat yang nyaman bagi pelanggan adalah salah satu cara untuk memikat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator dari keberhasilan layanan bisnis. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan apotek dapat diukur dengan membandingkan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan dengan kenyataan kinerja karyawan apotek. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan sehingga akan terjalin efektivitas kinerja pada apotek. Walaupun pada dasarnya pelayanan tersebut dalam bentuk tidak kasat mata, tetapi memberi pelayanan maksimal dengan empati yang tinggi dari karyawan menjadikan tolak ukur kinerja perusahaan yang berkualitas.

Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, P. 1997:49)

Menurut (Kotler, 2000:52) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Pelanggan akan menjadi tidak puas atau bahkan kecewa apabila kualitas pelayanan yang ia harapkan tidak dapat terpenuhi (Parasuraman *et al.*, 1985). Hasil yang didapatkan ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan akan berdampak baik hubungan antara apotek dan pelanggan, pembelian berulang, terciptanya loyalitas, dan membentuk rekomendasi *mouth to mouth* dengan cara memberikan review kepada orang-orang.

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman *et al.* (1988) memiliki lima dimensi antara lain :

1. Bukti Langsung (*Tangible*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
3. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
4. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

5. Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

Dengan demikian fungsi apotek tidak lain untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, tempat apoteker melakukan swamedikasi obat, dan meningkatkan tingkat kredibilitas kinerja karyawan sehingga dapat diterima oleh pelanggan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan apotek sudah memenuhi harapan pelanggan maka judul penelitian ini adalah **“KUALITAS LAYANAN APOTEK K24 MUH YAMIN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN”** (Studi kasus pada pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin Solo)

B. Perumusan Masalah

Dari berbagai pokok permasalahan yang terjadi maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
2. Apakah empati (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
3. Apakah keandalan (*reliabillity*) berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
4. Apakah ketanggapan atau cepat tanggap (*responsiveness*) berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
5. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh pada kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh rasa empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku cepat tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliabillity*) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat teoritis bagi perusahaan :

- a) Apotek dapat meningkatkan strategi mutu pelayanan untuk menunjang penjualan apotek.
- b) Apoteker dapat meningkatkan kemampuannya untuk mengelola apotek dan memenuhi standar pelayanan profesi apoteker.
- c) Apoteker dapat mengevaluasi apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan apakah sudah memenuhi harapan pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan pelayanan jasa untuk kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah dimana diharapkan memberikan wawasan kepada penulis jika dikemudian hari mendirikan sebuah usaha, dan sebagai penerapan ilmu yang sudah diterima oleh penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

A. Definisi Jasa

Menurut Lupiyoadi (2001) pada dasarnya jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan dalam bentuk fisik atau konstruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya : kenyamanan, hiburan, kesenangan ataupun kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu tindakan berupa layanan yang diberikan kepada orang lain, dan bersifat memberi kemudahan dan manfaat kepada orang lain.

Karakteristik jasa diantaranya menurut Griffin (dalam Lupiyoadi 2001:6) sebagai berikut :

a) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak dapat dipegang, dilihat, dicicipi, atau dirasakan sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai yang tidak berwujud yang dialami oleh konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

b) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa tidak terpisahkan karena konsumen harus berada selama produksi jasa berlangsung atau dengan kata lain tidak dapat dipisahkan dari sumber pemberinya.

c) Keanekaragaman (*Heterogeneity*)

Jasa yang ditawarkan cenderung tidak standar dan seragam dibandingkan barang. Atau dengan kata lain banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d) Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Diartikan bahwa jasa tidak dapat disimpan, dimasukkan dalam gudang ataupun dijadikan persediaan.

B. Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sebuah tindakan yang memenuhi standar atau mutu yang ditetapkan oleh suatu perusahaan untuk memberikan efek positif bagi pelanggan.

Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi 2001:148) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka

layanan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Tjiptono, 2011:329) menyatakan bahwa kualitas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan.

Terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan *negative* atau buruk. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

C. Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman *et al.* (1988) memiliki lima dimensi antara lain :

- a) Bukti Langsung (*Tangible*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Misalnya, fasilitas fisik, sarana komunikasi, dan perlengkapan pegawai.
- b) Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

- c) Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- d) Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- e) Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

D. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya menurut Kotler (dalam Tjiptono 2003: 102).

Kepuasan pelanggan menurut Nasution (2010: 101) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah kesesuaian antara kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan (Sunarto, 2004: 8).

Menurut Tjiptono dan Diana (2015: 23), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya.

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh (Tjiptono, 2016) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Menurut beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah bentuk luapan ekspresi seorang pelanggan karena ketika melakukan jasa sesuai dengan yang diinginkan.

E. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2017) mengidentifikasi empat metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

a) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

b) Ghost Shopping

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan seseorang atau beberapa orang (*Ghost Shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan mereka dengan melaporkan temuan – temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk

c) Last Costumer Service

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah Pindah pemasok agar memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d) Survey Kepuasan Pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Data Penelitian Terdahulu

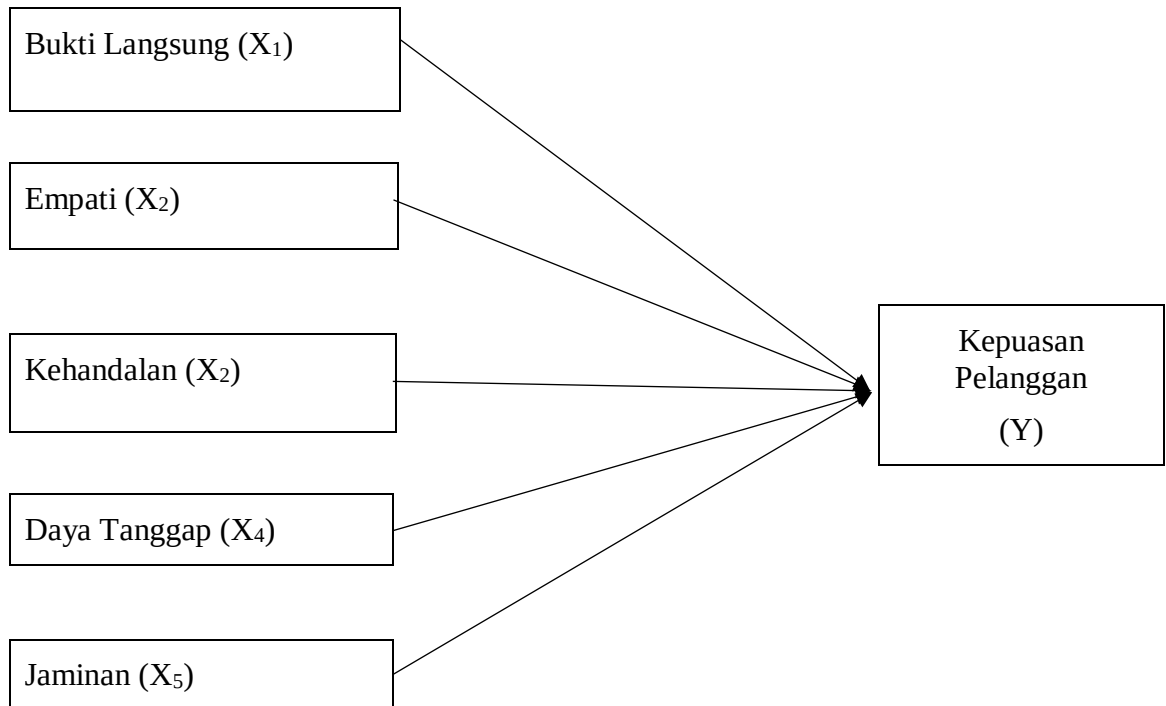
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wildan Sulaksana (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Center Yogyakarta	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, variabel bukti fisik (<i>tangibles</i>), kehandalan (<i>emphaty</i>), keandalan (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Global Motor Center Yogyakarta
2	Aji Kurniwan I Gede Made Metera Ni Ketut Adi Mekarsari (2018)	Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan Pada Auto 2000 Singaraja	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, bukti fisik (<i>tangible</i>), empati (<i>emphaty</i>), keandalan (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Singaraja
3	Ramli Ahmaddien (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Nagari Cabang Utama Padang	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, bukti fisik (<i>tangible</i>), empati (<i>emphaty</i>), keandalan (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Nagari Cabang Utama Padang

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Eko Agus Prasetyo Djumali Sri Hartono (2020)	Analisis Kualitas Pelayanan <i>E-commerce</i> terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Uniba Surakarta)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, bukti fisik (<i>tangible</i>), empati (<i>emphaty</i>), keandalan (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee
5	Rafsanzani (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pasien (Studi Kasus di K-24 Gajahmada)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik (<i>tangible</i>), keandalan (<i>realibillity</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>) berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan empati (<i>emphaty</i>) tidak berpengaruh signifikan.
6	Anis Fitriani, Andoni Fornio (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Melstore Lampung	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa jaminan (<i>assurance</i>), bukti fisik (<i>tangible</i>) terdapat pengaruh signifikan, sedangkan daya tanggap (<i>responsiveness</i>), keandalan (<i>realibillity</i>), empati (<i>emphaty</i>) tidak berpengaruh signifikan.

C. Kerangka Pemikiran

Maka dari itu peneliti menganalisis lebih lanjut guna memudahkan suatu penelitian, maka dibawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

Variabel independen terdiri dari lima variabel yaitu :

X ₁	: Bukti fisik	X ₄	: Daya Tanggap
X ₂	: Empati	X ₅	: Jaminan
X ₃	: Kehandalan		

Sedangkan variabel dependen terdiri dari satu variabel yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y).

D. Hipotesis

Dalam penelitian ini digunakan hipotesis asosiatif dimana hipotesis ini merupakan dugaan tentang adanya hubungan antara variabel dalam populasi yang akan di uji melalui hubungan antara variabel dalam sampel yang diambil dari populasi tersebut. Peneliti membagi variabel penelitian menjadi variabel independen dan variabel dependen. Dari variabel independen terdapat lima variable bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
2. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
3. *Realibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
4. *Ressponsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
5. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik (tangible) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
2. Empati (Emphaty) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
3. Keandalan (Reliabilility) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
4. Daya Tanggap (Responsiveness) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
5. Jaminan (Assurance) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin.
6. Daya Tanggap (Responsiveness) dan Jaminan (Assurance) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai kualitas layanan Apotek K-24 Muh Yamin dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, maka saran terkait penelitian ini sebagai berikut :

1. Disarankan pada Apotek K-24 Muh Yamin untuk terus meningkatkan dan memperkuat layanan terutama pada variabel Daya Tanggap (Responsiveness) dan Jaminan (Assurance) karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Misalnya pada variabel responsiveness dapat memonitoring karyawan untuk lebih cepat dalam memberikan respon dan solusi pada saat ada keluhan pelanggan. Sedangkan pada variabel assurance berupa pelayanan yang prima dengan menerapkan budaya kerja serta moto apotek akan menjamin kemudahan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambah indikator - indikator yang lain sebagai bahan penunjang penelitian selanjutnya.
2. Disarankan pada Apotek K-24 Muh Yamin untuk memperhatikan dan meningkatkan dimensi-dimensi kualitas layanan pada dimensi yang belum berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan seperti, tangible, emphaty dan reliability yang tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (1997) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P. (2000) *Marketing Management: The Millennium Edition*. Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 12 Nomor 1
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Manajemen 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Nasution. 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogo: Penerbit Ghalia Indonesia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: 2016.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Pelanggan Apotek K-24 Muh Yamin

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Kualitas Layanan Apotek K-24 Muh Yamin dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”**, saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan menjadi responden penelitian dengan mengisi kuisisioner berikut ini. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara menjadi responden penelitian, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Nadya Bintang Maulyda

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian :

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan kondisi anda.

Nama :

Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Umur :

Pendidikan terakhir : ☐ SLTA ☐ Diploma ☐ Sarjana

Pekerjaan : ☐ Mahasiswa/i ☐ Swasta ☐ Wiraswasta

☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya

Seberapa sering anda melakukan pembelian obat di Apotek K-24 :

☐ Setiap hari ☐ Seminggu sekali ☐ Sebulan sekali

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju = 1 Setuju = 5

Tidak Setuju = 2 Sangat Setuju = STS

Netral/Tidak Tahu = 3

Setuju = 4

1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Bukti Fisik (<i>tangible</i>)						
1	Apotek terlihat bersih dan rapi					
2	Ruang tunggu apotek nyaman					
3	Karyawan apotek memberikan pelayanan yang ramah					
4	Karyawan apotek berpenampilan rapi					
5	Kelengkapan obat terjamin					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Empati (<i>Emphaty</i>)						
1	Karyawan apotek memberikan informasi fungsi obat, aturan minum obat					
2	Karyawan apotek memberikan waktu luang untuk mendengarkan keluhan pasien					
3	Karyawan apotek memahami kebutuhan pasien					
4	Karyawan apotek mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Keandalan (<i>Reliability</i>)						
1	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, dan handal					
2	Karyawan apotek bekerja secara profesional					
3	Penulisan etiket obat jelas dan akurat					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
1	Informasi yang diberikan karyawan mudah dimengerti					
2	Karyawan memberikan solusi apabila obat yang dibutuhkan pasien kosong					
3	Komunikasi yang baik antara karyawan dengan pasien					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Jaminan (Assurance)						
1	Karyawan apotek melayani dengan sopan					
2	Karyawan apotek menanamkan kepercayaan kepada pasien					
3	Keakuratan informasi tentang obat yang disampaikan petugas					
4	Keakuratan apoteker dalam pembacaan resep dokter					

2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya puas dengan pelayanan karyawan apotek					
2	Pelayanan karyawan apotek sesuai dengan harapan saya					
3	Kemampuan karyawan apotek dalam melayani pasien sangat memuaskan					