

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, VARIAN OBAT DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APOTEK YAKERSUDA BANGKALAN

Woro Utari

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Wijaya Putra

Jln. Raya Benowo 1 – 3 Surabaya

Alamat email : woro.utari@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan , harga dan varian obat dan fasilitas farmasi untuk kepuasan pelanggan apotek Bangkalan Yakersuda . Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen . Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan di apotek Yakersuda . Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden . Teknik sampling yang digunakan accidental sampling dengan memberikan kuesioner kepada 100 pelanggan yang ditemui selama penelitian berlangsung . Selanjutnya , data dianalisis menggunakan alat statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan farmasi di Yakersuda baik , ini ditunjukkan oleh respon pelanggan melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan . Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan , harga yang kompetitif serta banyak varian obat dan fasilitas yang memadai . Hasil lebih lanjut menunjukkan bahwa kualitas layanan , harga dan varian obat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan , sedangkan fasilitas farmasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Varian obat adalah variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan .

Kata kunci : kualitas layanan , harga , varian obat dan fasilitas farmasi , kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study aimed to examine and analyze the effect of service quality, price and drug variants and pharmacy facilities to the customer satisfaction of Bangkalan Yakersuda pharmacies. This research was explanatory research to examine the effect of one or more independent variables on the dependent variable. Unit analysis in this study was a customer at the Yakersuda pharmacies. The data was collected using a questionnaire which was distributed to the respondents. The sampling technique used accidental sampling by giving

questionnaires to 100 customers encountered during the research took place. Furthermore, the data were analyzed using the statistical tool SPSS.

The results showed that the quality of pharmacy services in Yakersuda was good, this was indicated by the customer responses through questionnaires given to the customer. Besides, the research also showed that customers were satisfied with the service delivery, competitive prices as well as the many variants of drugs and adequate facilities. Further results showed that the quality of service, price and variants of the drug had a significant influence on the customer satisfaction, while pharmacy facilities have no significant effect on the customer satisfaction. The variants of drugs was a variable that had a dominant influence on the customer satisfaction.

Key words : service quality, price, drug variants and pharmacy facilities, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pembangunan suatu bangsa tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan pokok yaitu kebutuhan sandang, kebutuhan papan dan kebutuhan pangan. Disamping itu ada kebutuhan lain yang tidak kalah pentingnya yaitu kebutuhan akan hiburan, dan kebutuhan kesehatan.

Kesehatan adalah salah satu kebutuhan pokok untuk mewujudkan manusia yang sehat dan berkualitas. Karena tanpa kesehatan yang baik, manusia tidak akan dapat melakukan aktivitas dengan baik. Peningkatan akan kebutuhan kesehatan tidak akan bermakna apabila tidak diimbangi oleh ketersediaan obata yang memadai dan mudah di peroleh. Oleh karenanya perlu ada kebijakan pemerintah berkaitan dengan ketersediaan obat oleh masyarakat.

Salah satu kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah adalah dengan mengeluarkan Permenkes 922/ Menkes/PER/X/1993 yang tidak lagi membatasi perizinan pendirian apotek dan apotek dapat melakukan kegiatan farmasi termasuk juga komoditi lainnya. Dengan adanya permenkes tersebut diatas memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan farmasi dalam bidang apotek untuk mengadakan ekspansi dan difersifikasi.

Apotek merupakan salah satu bentuk fasilitas layanan kesehatan bagi masyarakat yang semula jumlahnya terbatas dan sulit dijangkau masyarakat dengan kebijakan pemerintah tersebut menjadi mudah serta jumlah apotek menjadi meningkat dengan pesat. Bagi masyarakat hal ini berdampak positif dan sangat menguntungkan, karena masing-masing apotek berusaha untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dengan harga yang bersaing. Artinya bahwa masyarakat atau konsumen mempunyai kesempatan untuk melakukan *switching* dari satu apotek ke apotek lain. Kebijakan pemerintah berkaitan dengan kemudahan membuka apotek berdampak pada persaingan yang ketat bagi para pengusaha apotek untuk saling menawarkan berbagai macam pelayanan dengan keunggulan dan kemampuan masing-masing untuk memenuhi keinginan, kebutuhan serta harapan konsumen sampai pada tingkat menyenangkan konsumen.

Kesadaran masyarakat akan arti kesehatan juga memicu semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan obat. Dewasa ini apotek tumbuh dan berkembang dengan pesat, dengan persaingan yang tajam. Walau demikian pertumbuhan dan perkembangan apotek juga diikuti dengan perkembangan di bidang pembangunan. Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan makin banyaknya jumlah penduduk serta kesadaran akan kebutuhan kesehatan yang layak sebagai akibat pengaruh kemajuan pola pikir serta perilaku penduduk Indonesia, masyarakat mengharapkan apotek bukan hanya sekedar dapat melayani dengan baik, benar, dan tepat baik resep ataupun kebutuhan yang mereka inginkan dan butuhkan, tapi juga berharap tidak adanya hambatan atau kekecewaan karena adanya obat yang kosong pada apotek akibat rendahnya tingkat ketersediaan atau kurang lengkapnya item obat yang ada, yang mengakibatkan kerugian pasien. Juga kurangnya fasilitas yang tersedia hingga tidak dapat menciptakan suasana nyaman dan aman pada pasien saat menunggu peracikan obat sampai pada penyerahan obat pada pasien sebagai konsumen.

Persaingan di dunia usaha Apotek dari hari ke hari semakin ketat, hal ini didukung oleh permenkes nomor 244/Menkes/SK/V/1990 pemerintah tidak membatasi lagi jarak antara apotek pada suatu wilayah, kesempatan dan peluang ini benar-benar dimanfaatkan oleh para pengusaha di bidang perdagangan obat.

Demikian juga dengan Apotek Yakersuda Bangkalan harus benar-benar merancang strategi pemasaran yang unggul untuk memperhitungkan strategi pesaing. Baik pesaing besar, pesaing kecil, pesaing banyak dana maupun pesaing yang terbatas dananya. Dan salah satu cara utama mendefereusiasikan perusahaan adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.

Mengingat harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman lampauanya, pembicaraan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta iklan perusahaan yang kemudian membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas jika jasa yang diterima melebihi harapannya. (Tjiptono, 2003), disamping itu kepuasan pelanggan akan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan karyawannya (Bowen & Chen, 2010)

Ketatnya persaingan membawa dampak positif yang sangat besar terutama bagi konsumen. Disamping semakin banyak pilihan produk / jasa yang bisa dikonsumsi, konsumen juga akan mendapatkan produk yang semakin murah dan (harga bersaing) dengan kualitas yang relatif baik.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk tetap memakai suatu produk (*retention*) diantaranya adalah karena kualitas layanan (Parasuraman et al, 1996; Ostrowski et al, 1993; Bowen & Chen 2001; Utari, 2004; Baiquni 2008), Harga (parasuraman et al. 1998; Bolton & Lemon 1999; Utari, 2004; Baiquni 2008). Perbaikan Layanan (Smith et al. 1999; Utari 2004). Seorang konsumen yang puas lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian ulang pada perusahaan yang sama (Anderson dan Fornell, 1994).

Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai berkaitan dengan penelitian yang dilakukan ini yaitu :

1. Untuk mendiskripsikan tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan apotek Yakersuda Bangkalan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas layanan, harga, Varian obat dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Apotek Yakersuda Bangkalan.

3. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan daya saing apotek.

Menurut Kotler (2000, hal 9) Pemasaran adalah "suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".

Menurut Kotler (2000, hal 9) (Manajemen) pemasaran adalah "proses pelaksanaan dan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi".

Menurut Stanton, segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dan suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen (Swastha, 1993, hal 89).

Dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, maka perusahaan mempunyai strategi pemasaran yang baik agar apa yang menjadi tujuan perusahaan itu dapat tercapai. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Penentuan strategi pemasaran dapat membuat tiga macam keputusan menurut Basu Swastha (1994, hal 70) :

1. Konsumen manakah yang akan dituju
2. Kepuasan seperti apakah yang diinginkan oleh konsumen tersebut
3. Marketing mix seperti apakah yang dipakai untuk memberikan kepuasan kepada konsumen tersebut

Kotler (2000, hal 511) jasa merupakan "setiap tindakan atau pekerjaan yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan".

Jasa bersifat tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, dan mudah lenyap. Tiap karakteristik memiliki tantangan dan memerlukan strategi tertentu. Karena itu pemasar harus menemukan cara untuk memberikan wujud pada yang tidak berwujud, meningkatkan produktivitas penyedia jasa, meningkatkan dan mestandarisasi mutu jasa yang disediakan.

Jasa mempunyai ciri-ciri, sifat khas jasa bersumber dari beberapa ciri yang membedakan dari produk. Maka ciri-ciri jasa tersebut (Stanton, 1986, 223) adalah : Maya atau tidak teraba, Tidak dapat dipisahkan, Heterogenitas, Tidak dapat tahan lama.

Kepuasan adalah "Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver, 1980). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan" demikian menurut Supranto (2002, hal 233)

Kepuasan didefinisikan oleh Zeithaml et al (2000) sebagai :

“ satisfaction is the customer’s fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption related fulfillment “.

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottam (1993) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak

mungkin tercapai. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi.

Kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumberdaya manusia (Schnaars, 1991) dalam Utari (2004)

Kepuasan pelanggan bisa di tinjau dari berbagai aspek / factor misalnya dari aspek kualitas layanan (*Service Quality*), sebagaimana yang disampaikan oleh Berry dan Parasuraman (*Marketing Services Competing Through Quality, 1991*) dalam Alma (2000), yang diikuti oleh Kotler, (2000) mengungkapkan ada 5 faktor dominan atau penentu kualitas jasa : Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Kepastian / jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) serta Berwujud (*Tangible*)

Dengan adanya hubungan pemasaran diharapkan perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya secara lebih baik yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan sehingga terjadi pembelian ulang (*repurchases*). (Tjiptono, 2001)

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. (Tjiptono, 1994).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono , 1994).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran modern. Setiap perusahaan yang ingin tetap eksis dipasar harus mampu memberikan jaminan kepuasan pelanggan, bahkan sekarang ini banyak perusahaan yang berusaha memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi, karena kepuasan pelanggan yang tinggi akan memperkuat ikatan pelanggan dengan perusahaan. (Utari, 2004)

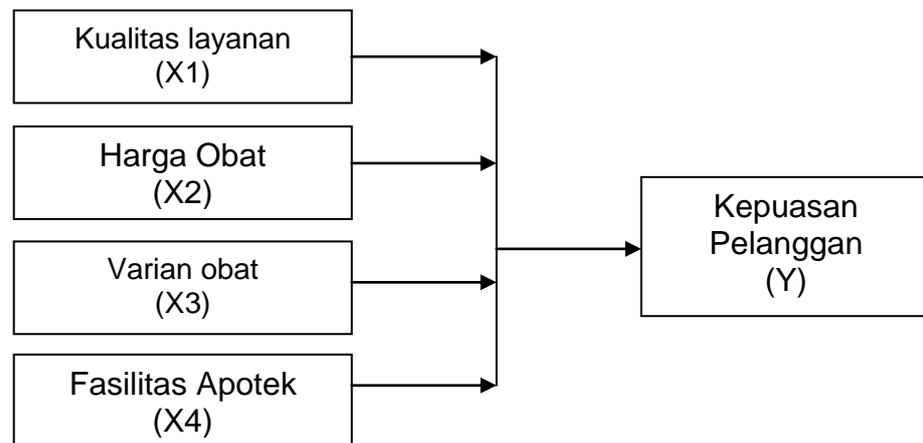
Kepuasan pelanggan didefinisikan oleh banyak pakar, Day (dalam Tse dan Witson, 1988, dalam Tjiptono, Fandy, 2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sedangkan Engel et al (1990) dalam Tjiptono (2001), mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Pelanggan yang merasa puas akan cenderung mengatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain, Oleh karena itu sebenarnya konsumen yang puas merupakan iklan yang baik (Bayus dalam kotler, et al, 1996). Sebaliknya konsumen yang tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda.

Harga merupakan salah satu factor dalam marketing mix yang mempunyai peranan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Parasuraman, 1998). Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan barang maupun jasa. (Lamb, Hair, Mc. Daniel, 2001). Sebagai factor yang

memegang peranan penting, maka setiap perusahaan harus menentukan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Harga yang tidak sesuai akan menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan.

Menurut Basu Swastha (1990, hal 241) "harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanannya." Menurut Kotler (2000, hal 520) "untuk menetapkan harga ada enam langkah : (1) memilih tujuan penetapan harga, (2) menentukan permintaan, (3) memperkirakan biaya, (4) menganalisis biaya, (5) memilih metode penetapan harga, (6) memilih harga akhir".



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat.

Variable dalam penelitian ini ada variable bebas yaitu kualitas layanan, harga obat, kelengkapan obat dan fasilitas apotek. Sedangkan variable terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

Definisi Operasional Variabel

Kepuasan pelanggan apotek adalah suatu keadaan dimana pasien merasa senang karena terpenuhi harapannya, adapun indikator-indikatornya meliputi: kebutuhan, keinginan dan permintaan

Kualitas Layanan Adalah tanggapan atas pelayanan yang diberikan karyawan apotek terhadap konsumen yang meliputi: Kompetensi, Artinya ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan terhadap pasien dalam penyediaan obat dengan cepat, tepat dan benar. Kesopanan, yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap karyawan. Kredibilitas, prestasi yang mencakup kemampuan dalam bidang kefarmasian baik tentang kasiat, penyimpanan dan cara penggunaan obat dengan tepat.

Harga obat adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanannya.

Varian Obat adalah tingkat / jumlah ketersediaan item obat di apotek untuk dapat memenuhi kebutuhan pasien untuk menghindari terjadinya penolakan resep dokter / kebutuhan lain yang diperlukan oleh pasien dengan segera demi kesembuhan dan pengobatan pasien dengan tepat waktu dan tepat guna.

Fasilitas Apotek meliputi : Ruangan depan pelayanan, Tersedianya tempat parkir, Kebersihan dan kerapihan, Peralatan komunikasi

Populasi

Populasi ialah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga bahwa populasi menunjukkan sekumpulan orang atau obyek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam penelitian. Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebagian atau beberapa pelanggan apotek Yakersuda.

Teknik pengambilan sample dengan menggunakan *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara memberikan kuesioner pada pelanggan yang ditemui. Dalam penelitian ini besarnya sample yang diambil sebanyak 100 pelanggan.

Skala Pengukuran

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah Skala Likert. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah 5 kategori. Jadi dengan Skala Likert di gunakan 5 (lima) pilihan jawaban untuk setiap pernyataan. Skor bergeser antara nilai 1 (tidak baik/tidak puas) sampai 5 (sangat baik/sangat puas).

Tekhnik Analisa Data

Untuk menilai validitas alat ukur yang digunakan adalah rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan rumus Korelasi product moment adalah sebagai berikut :

Regresi Berganda

Persamaan umum dari garis korelasi regresi berganda adalah (Suharsimi Arikunto, 1998)

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan apotek

X₁ = Kualitas Layanan

X₂ = Harga obat

X₃ = Varian obat

X₄ = Fasilitas apotek

B₀ = Konstanta garis regresi

b = Koefisien perubahan X terhadap Y

Setelah harga b_0 , b_1 , b_2 , b_3 , dan b_4 maka akan didapat persamaan garis regresi, garis yang menyatakan hubungan antara variabel-variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa karakteristik pelanggan Apotek Yakersuda sebagian besar lulusan SLTA yaitu sebanyak 60 persen, posisi kedua didominasi oleh lulusan sarjana sebanyak 22 persen, sedangkan lulusan akademi ada sebanyak 6 persen dan lulusan SLTA sebanyak 8 persen serta lulusan SD sebanyak 4 persen.

Adapun karakteristik pelanggan Apotek berdasarkan pekerjaannya adalah bahwa sebagian besar pelanggan apotek bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 37 persen, sedangkan pengusaha / wiraswasta sebanyak 12 persen dan pegawai negeri sebanyak 11 persen.

Berdasarkan tingkat keperluan pelanggan datang ke apotek sebagian besar adalah membeli obat bebas, sebanyak 44 persen pelanggan membeli obat bebas, sebanyak 32 pelanggan membeli obat dengan resep dan sebanyak 23 persen pelanggan membeli keperluan lain.

Hasil penelitian menggunakan kuesioner menunjukkan bahwa kualitas layanan di Apotek Yakersuda sudah baik. Hal ini diindikasikan oleh tanggapan responden berkaitan dengan layanan yang ada di apotek, baik layanan berupa pemahaman karyawan terhadap resep yang diberikan maupun pada layanan obat bebas. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelanggan apotek Yakersuda merasa puas dengan layanan yang diberikan pihak apotek, harga yang murah (kompetitif) serta kelengkapan / varian obat.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan, harga, kelengkapan obat dan fasilitas apotek digunakan analisis dengan menggunakan regresi dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1.244 + 0.196 X_1 + 0.135 X_2 + 0.135 X_3 + 0.112 X_4$$

Dari persamaan diatas diketahui kualitas layanan, harga, item obat dan fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa semakin bagus layanannya maka akan semakin meningkatkan kepuasan, demikian pula semakin kompetitif harga obat akan semakin tinggi kepuasan pelanggan dan semakin lengkap item obat yang dijual akan semakin tinggi pula kepuasannya serta semakin bagus fasilitas kerjanya maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Adapun besarnya pengaruh untuk masing-masing variable bebas dapat dilihat dari koefisien regresi untuk masing-masing variable. Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.196, artinya bahwa apabila ada peningkatan pada kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan kerja sebesar 0.196. kemudian apabila ada peningkatan kesesuaian harga maka akan meningkatkan kepuasan sebesar .0135 dan apabila ada peningkatan item obat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar

0.135 dan apabila ada peningkatan dalam fasilitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.112

Selanjutnya untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas layanan, harga, Varian obat dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada apotek Yakersuda Bangkalan digunakan analisis dengan uji F.

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana pada lampiran diketahui bahwa analisis of Varian dapat dilihat pada tabel berikut :

Model	Unstandardized coefficients		Standardiz Coeficents	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.244	.358		3.479	.001
Kualitas layanan	.196	.076	.237	2.588	.011
Harga	.135	.061	.203	2.212	.029
Kelengkapn	.135	.050	.251	2.725	.008
fasilitas	.112	.068	.152	1.657	.101
Nilai F hitung					6.838
Sig					0.000

Sumber : Hasil Analisis Data pada Lampiran, 2014

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6.838 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, Varian dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek Yakersuda Bangkalan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, Varian obat dan fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh signifikan diterima.

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel pelayanan, harga, Varian dan fasilitas apotek dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (R^2) semakin besar koefisien determinasi, maka akan semakin mendekati sempurna atau semakin besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi adalah 0.854 yang berarti bahwa kontribusi variabel pelayanan, harga, Varian dan fasilitas adalah sebesar 85.4 %. Atau dengan kata lain bahwa sebesar 85.4 % variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel pelayanan, harga, Varian dan fasilitas. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 14.6 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t hitung untuk kualitas layanan sebesar 2.588 ($\alpha = 0.011$) yang berarti bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai t hitung untuk harga sebesar 2.121 ($\alpha = 0.029$) dan nilai t hitung untuk kelengkapan obat sebesar 2.725 ($\alpha = 0.008$) yang berarti bahwa harga dan Varian obat mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t hitung untuk fasilitas apotek sebesar 1.567 ($\alpha = 0.101$) artinya bahwa fasilitas apotek berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana diatas diketahui bahwa kualitas layanan, harga, kelengkapan item obat mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas apotek tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa pelanggan apotek kurang begitu memperhatikan fasilitas, sehingga peningkatan fasilitas apotek tidak akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara umum ketiga variable yaitu kualitas layanan, harga dan Varian obat mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ketiga variable diatas masih perlu di perhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Lebih lanjut diketahui bahwa Varian obat mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa apabila semakin banyak varian item obatnya maka kepuasan pelanggannya akan semakin besar. Hal ini mencerminkan bahwa kelengkapan obat sangat diperlukan oleh para pelanggan. Apotek yang mempunyai varian obat banyak akan memberikan kepuasan kepada pelanggan karena pelanggan tidak perlu berpindah apotek untuk mencari obat yang bervariasi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan datang ke apotek untuk keperluan membeli obat bebas, sehingga pemilik apotek perlu meningkatkan varian obat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan berkaitan dengan pembelian obat bebas.

Dengan demikian berdasarkan analisis data diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas layanan, harga, kelengkapan obat dan fasilitas apotek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa secara parsial variabel pelayanan, harga, dan Varian obat diterima, sedangkan untuk fasilitas apotek tidak diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Kandampully & Suhartono (2000); Utari (2004); Baiquni (2008); Utari (2010)

Selanjutnya untuk mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan digunakan analisis koefisien korelasi parsial. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa besarnya koefisien korelasi parsial untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut : variabel pelayanan mempunyai koefisien korelasi parsial sebesar 0.257, variabel harga sebesar 0.221, variabel Varian sebesar 0.269 dan variabel fasilitas sebesar 0.168. Dari hasil nilai koefisien korelasi parsial tersebut diketahui bahwa nilai koefisien korelasi parsial terbesar adalah pada variabel kelengkapan item. Artinya Varian mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan ditolak.

Apotek merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan, apalagi pada era seperti sekarang dimana masyarakat sudah lebih memahami pentingnya kesehatan. Dengan semakin tinggi kesadaran masyarakat akan arti penting kesehatan maka permintaan terhadap layanan kesehatan akan semakin meningkat yang diikuti oleh permintaan terhadap penyediaan obat. Oleh karena itu bisnis apotek sekarang ini menjadi bisnis yang mempunyai prospek bagus.

Pemilihan masyarakat terhadap apotek didasarkan banyak kepentingan diantaranya adalah kebutuhan apotek akan kualitas layanan yang diberikan, kebutuhan akan harga yang fairness, kebutuhan akan kelengkapan atau varian obat serta kebutuhan akan fasilitas apotek. Berdasarkan hasil penelitian diketahui

bahwa pelanggan apotek akan merasa puas apabila pelanggan tersebut datang kemudian mendapatkan apotek yang memiliki kelengkapan / varian obat yang banyak.

Varian / Varian obat merupakan salah satu factor penting bagi kepuasan seorang pelanggan. Apabila kelengkapan / varian obatnya semakin banyak maka pelanggan tersebut akan semakin puas, karena pelanggan tersebut tidak perlu berpindah tempat dari satu apotek ke apotek lain untuk memperoleh keperluan obatnya. Apotek yang memiliki kelengkapan obat tidak banyak akan membuat pelanggan kecewa karena dia terpaksa harus mencari apotek lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Disamping kelengkapan obat, kualitas layanan apotek juga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tersebut berkaitan dengan pemahaman karyawan pada obat, baik obat yang dijual bebas maupun obat yang diresepkan. Kemampuan karyawan dalam menjelaskan kepada pelanggan berkaitan dengan obat atau resep obat.

Lebih lanjut hasil penelitian juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga. Harga dalam hal ini diindikasikan oleh harga yang murah (kompetitif) dan system pembayaran yang mudah. Artinya apabila pembayaran dalam jumlah banyak, pelanggan bisa memanfaatkan fasilitas kartu kredit maupun kartu debit. Sehingga pelanggan tidak merasa kerepotan untuk melakukan transaksi pembayaran obat.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh fasilitas apotek, meskipun fasilitas ini mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas apotek yang diindikasikan dengan kenyamanan apotek, kelengkapan fasilitas, tempat parkir yang cukup luas dan kelengkapan peralatan ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih menyukai apotek yang mempunyai kelengkapan / varian obat yang bermacam-macam.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kelengkapan / varian obat mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan, maka pihak manajemen apotek harus membuat strategi yang mengarah pada peningkatan varian obat untuk disediakan di apoteknya. Selain itu apotek tetap mempertahankan harga kompetitif yang sudah diterapkan selama ini serta senantiasa melakukan survey ke apotek lain untuk membandingkan harga, sehingga image tentang harga murah akan tetap terbentuk dan pelanggan tidak akan lari ke apotek yang lain.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan yang diberikan pihak apotek sudah baik, hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner yang menilai tentang respon pelanggan berkaitan dengan kualitas layanan. Disamping itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan serta harga yang kompetitif serta kelengkapan / variabel obat yang ada di apotek.
2. Kualitas layanan, harga dan kelengkapan obat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan fasilitas apotek secara

parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek Yakersuda Bangkalan. Hasiol analisis data juga menunjukkan bahwa Varian obat (varian obat) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan apotek Yakersuda Bangkalan.

3. Manajemen apotek harus membuat strategi penetrasi yaitu memberlakukan harga yang lebih murah untuk mempertahankan pelanggan serta meningkatkan varian obat dan meningkatkan kualitas layanan bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allan S. Dick & Kunal Basu. 1994. Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of The Academy of Marketing Science, Vol. 22 No. 2.*
- Amy K. Smith, Ruth N. Bolton and Janet Wagner. 1999. "A Model of Customer Satisfaction With Service Encounters Involving Failure and Recovery". *Journal of Marketing Research Vol XXXVI.*
- Baba Shiv, Joel Huber. 2000. The Impact of Anticipating Satisfaction on Consumer Choice. *Journal of Consumer Research, Vol 27.*
- Baiquni, Lalu. 2008. Pengaruh kualitas layanan dan perbaikan layanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Merpati Rute Surabaya-Denpasar
- Bowen JT., and Chen SL. 2001. The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International journal of contemporary hospitality management, vol 13 no. 5*
- Gilbert A Churchill JR and Carol Suprenant. 1982. An Investigation Into the Determinans of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research, Vol XIX*
- Hubert Gatignon. 1984. Competition as a Moderator of the Effect of Advertising on Sales. *Journal of Marketing Research, Vol. XXI,*
- Jagdip Singh, Deepak Sirdeshmukh. 2000. Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgement. *Journal of Academy of Marketing Science, Vol, 28.*
- Kandampully J, and Suhartanto D. 2000. Customer Loyalty in the Hotel Industry : The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol 12 No. 6*
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, konsep dan Teori.* Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Michael E. Porter. 1997. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing.* Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Milligan, Brian. 2000. Transportation Holds up its end of JIT Bargain . *Journal of Purshasing, Vol. 129.*
- Millind M. Lele and Jagdish N. Shets. 1995. *Merebut Keunggulan tak Terkalahkan melalui Kepuasan Pelanggan, Pelanggan Kunci Keberhasilan.* Penerbit Mitra Utama. Jakarta.
- Moorman, Robert W. 2000. Summoned by Slater, Airlines Vow to Improve . *Journal of Aviation, Vol. 153.*

- Ostrowski PL, O'Brien TV., Gordon GL. 1993. Service Quality and Customer Loyalty in The Commercial Airline Industry, *Journal of travel research*
- Syafradji, S. 2002. *Delivering more Customer Value*. Universitas Brawijaya. Malang
- Tjiptono Fandy. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar Husein. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen.*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Jakarta Business Research Centre. Jakarta.