# ANALISIS PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEPSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK SEHAT KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

DISUSUN OLEH:
VENTY NOVI ANGGREINI
11.1.02.02.0289

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh:

**Venty Novi Anggreini**

NPM: 11.1.02.02.0289

Judul:

ANALISIS PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEPSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK SEHAT KOTA KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal: 10 September 2015

Pembimbing I,

**Dr. Sri Aliami**
**NIDN : 0716086403**

Pembimbing II,

**Rony Kurniawan, S.E, M.M**
**NIDN. 0730076804**

Skripsi oleh:

**Venty Novi Anggreini**

NPM: 11.1.02.02.0289

Judul:

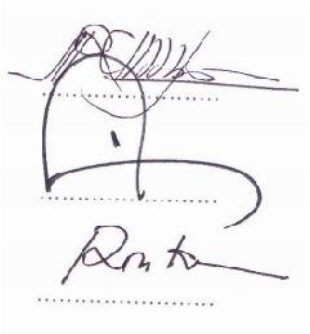
ANALISIS PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEPSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK SEHAT KOTA KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
pada tanggal: 13 September 2015

**dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami
2. Penguji I : Dr. Subagyo
3. Penguji II : Rony Kurniawan, S.E, M.M



.

Mengetahui,
Dekan FE

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

**Dr. Subagyo, M.M.**
**NIDN. 0717066601**

# ANALISIS PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEPSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK SEHAT KOTA KEDIRI

Venty Novi Anggreini

11.1.02.02.0289

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

## ABSTRAK

Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin maju seperti ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mencari ataupun mempertahankan konsumennya. Agar konsumen tetap menggunakan atau setia dengan jasa maupun produk dari perusahaan. Dalam penelitian ini, dianalisis pengaruh variabel–variabel distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan, terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apakah distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri? (2) apakah persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri? (3) apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri? (4) apakah distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan secara silmutan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri?

Penelitian ini menggunakan tehnik penelitian *survey*,dengan menggunakan variabel penelitian populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang diambil dari seluruh pelanggan tetap apotek sehat Kediri. Tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Dengan kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh yang signifikan antara distribusi, persepsi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan perusahaan terus meningkatkan faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena dengan meningkatkan faktor-faktor tersebut maka konsumen akan meningkatkan pembelian di Apotek Sehat Kediri.

**Kata kunci**: distribusi, persepsi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis ini mengharuskan perusahaan untuk dapat memiliki keunggulan agar dapat memenangkan dalam persaingan. Keunggulan bisa dalam bentuk strategi saluran distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuannya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kinerja secara kompetitif, dilakukan dengan memberikan distribusi yang baik, memberikan pengetahuan tentang produk yang dibutuhkan konsumen sehingga konsumen dapat mempersepsikan dengan baik serta memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada konsumen sehingga konsumen akan loyal pada perusahaan.

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku (Kotler dan Keller, 2007:175).

Untuk mengetahui kondisi loyalitas pelanggan Apotek Sehat ditinjau dari distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan sudah baik maka perlu data yang diperlukan. Untuk itu, peneli untuk melakukan penelitiandengan judul **"Analisis Pengaruh Distribusi, Persepsi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Apotek Sehat Kota Kediri"**

## Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan semakin ketat dan memungkinkan pelanggan pindah ke apotek lain. Oleh karena itu, Apotek Sehat harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan
2. Banyaknya lokasi yang strategis dan kemudahan saluran distribusi sekarang tidak dapat menjamin konsumen bisa loyal

3. Persepsi konsumen terhadap suatu produk yang dijual di apotek sangat beragam terutama dengan maraknya slogan "*back to natural* " dengan produk herbal yang dijual dimana–mana sehingga menarik perhatian konsumen
4. Kualitas pelayanan apotek sangat bervariasi baik ditinjau dari SDM, fasilitas maupun penyajiannya menggunakan teknologi yang canggih yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan

**Batasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis akan memberikan batasan masalah agar bahasan dalam penelitian ini tidak meluas. Peneliti akan meneliti loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan pada pelanggan Apotek Sehat Kediri pada periode tahun 2015

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, dalam penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh distribusi terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri?
4. Bagaimanakah pengaruh distribusi, persepsi,dan kualitas pelayanan secara bersama–sama terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri?

**Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh distribusi terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Sehat Kediri
2. Pengaruh persepsi terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Sehat Kediri
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Sehat Kediri
4. Pengaruh secara simultan distribusi, persepsi,dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Sehat Kediri

**Manfaat Penelitian**

Manfaat - manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Dapat dijadikan sebagai alat penambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang ilmu manajemen pemasaran khususnya yang terkait dengan distribusi, persepsi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

   Dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam upaya kegiatan pemasaran. Dalam hal ini memberikan pengetahuan tentang produk agar konsumen dapat mempersepsikan produk tersebut dengan baik sehingga pelanggan tidak salah dalam memilih produk yang akan dibeli dan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen sehingga tercipta loyalitas pelanggan yang berpengaruh terhadap perusahaan

## KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

**Loyalitas Pelanggan**

Definisi loyalitas menurut Griffin (2007:16), loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut " *Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit* " yang artinya loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit–unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus–menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan.

**Distribusi**

Menurut Kotler (2007:122), saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Menurut Kotler (1993:205) indikator distribusi adalah Biaya, Jenis produk, Letak geografis

**Persepsi**

Menurut Irawan (2002:2), persepsi adalah sejauhmana produk memenuhi spesifikasi– spesifikasinya nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan keyakinan konsumen. Menurut Irawan (2008:37), indikator persepsi adalah sebagai berikut :

a. *Reliability* (kehandalan)
b. *Durability* (daya tahan)

c. *Performance* (tampilan)

d. *Design* (bentuk)

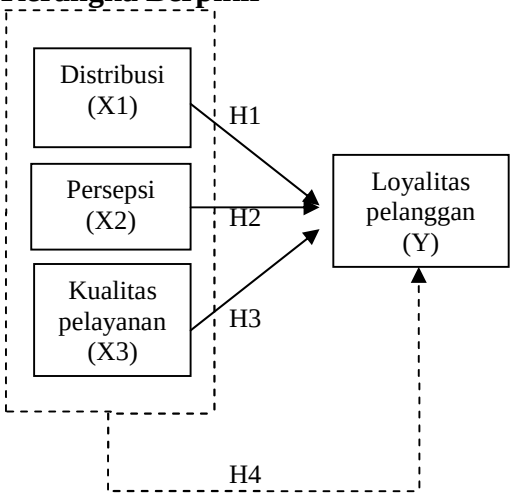
**Kualitas Pelayanan**

Definisi kualitas pelayanan menurut irawan (2008:64), keramahan karyawan untuk memberikan kenyamanan dan keakraban pelanggan, pelayanan inilah yang harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan dalam menangani persoalan dan pemikiran beragam dan menekankan pada pentingnya penanganan secara adil. Menurut Irawan (2009:57) indikator kualitas pelayanan terdiri dari : fasilitas yang mendukung pelayanan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, rasa peduli.

**Penelitian Terdahulu**

1. Menurut Trisnawan (2014) dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap loyalitas konsumen (studi kasus pengguna handphone Samsung di Semarang)"
2. Menurut Putra (2013) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis pengaruh lokasi, persepsi, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus Toko Sari Kaligawe Semarang)"
3. Menurut Saputro (2010) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada PT. Nusantara Sakti Demak)"

**Kerangka Berpikir**




Gambar 1

Kerangka Konseptual

**Hipotesis**

Setelah melakukan kajian teori di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

1. Distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
2. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
4. Distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri

## METODE PENELITIAN

**Variabel Penelitian**

Menurut Sugiono (2014:38), "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan". Dalam penelitian ini ada dua macam variabel : variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan dan variabel independen yaitu distribusi, persepsi dan kualitas pelayanan

**Teknik dan Pendekatan Penelitian**

1. Teknik Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey*. Untuk memperoleh data tersebut peneliti menggunakan angket (*koesioner).*

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif.

**Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Apotek Sehat Kediri, tepatnya di Jalan Monginsidi No.14 Kediri, Jawa Timur.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan proses penelitian ini memerlukan waktu kurang lebih 5 bulan terhitung sejak bulan Mei sampai dengan September 2015.

**Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:61), menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas

obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini adalah apotek sehat Kediri dan yang menjadi subyeknya adalah pelanggan tetap apotek sehat Kediri.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2006:130), "sampel" adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap apotek sehat, yang dimaksud pelanggan tetap yaitu pelanggan yang setiap bulan melakukan pembelian obat di apotek sehat dikarenakan penyakit yang diderita diharuskan untuk minum obat seumur hidup. Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap apotek sehat Kediri yang berjumlah 97 orang.

**Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2011:102), "Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X^2)\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$ : Koefisien korelasi antara x dan y

n : Jumlah responden.

X : Skor item variabel yang ada pada kuesioner.

Y : Skor total semua variabel kuesioner

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Ghozali (20011:52) berpendapat bahwa "suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut".

Teknik dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka item pertanyaan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid).
2. Jika r hitung < r tabel, maka item pertanyaan dalam angket tidak

berkorelasi signifikan terhadap skor total. (tidak valid).

3. Jika r hitung > r tabel tetapi bertanda negatif, maka $H_0$ akan tetap ditolak dan $H_a$ diterima.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2011:48), "uji reliabilitas" adalah "alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel". Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tekhnik *Alpha Cronbach*

Rumus : $\alpha = \left(\frac{K}{K-1}\right)\left(\frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_r^2}\right)$

Keterangan :

α= Koefisien relibilitas alpha

K= Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum S_i^2$= Jumlah varians skor item

$S_r^2$= Varians skor – skortes (seluruh item K)

**Teknik PengumpulanData**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk kuesioner. Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data–data tersebut harus benar–benar dapat dipercaya dan akurat.

**Teknik Analisa Data**

**Statistik Deskriptif**

Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data mengenai tanggapan responden terhadap variabel distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Sehat Kediri

**Analisis Kuantitatif**

**Uji Asumsi Klasik**

Sebelum menganalisis data dengan menggunakan analisis regresi linier dan uji hipotesis, terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi klasik yaitu : Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi

**Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (pengaruh) antar variabel maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi,regresi linier berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 . X_1 + \beta_2 . X_2 + \beta_3 . X_3 ... + e}$$

Keterangan :

Y = loyalitas pelanggan

$X_1$ = distribusi

$X_2$= persepsi

$X_3$= kualitas pelayanan

a, $\beta_1$, $\beta_2$, $\beta_3$= koefisien variable

e = standart eror

**Analisis Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Menurut Ghozali (2011:97), "koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar konstribusi dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat besarnya kosfisien determinasi totalnya (**$R^2$**). Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$.

**Uji Hipotesis**

1. Uji secara Parsial ( Uji t )

Menurut Sugiyono (2008:180) untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan besarnya nilai $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$ dengan ketentuan sebagai berikut :

a) Signifikansi $t \leq 0{,}05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis nol ($H_0$) ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b) Signifikansi $t \geq 0{,}05$ dan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis nol ($H_0$) diterima dan hipotesis alternative ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

2. Uji secara Simultan ( Uji F )

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara serempak (simultan) terhadap variabel terikat (Y) adalah dengan membandingkan nilai $F_{hitung}$ dengan $F_{tabel}$ dengan ketentuan sebagai berikut :

a) Signifikansi $F < 0{,}05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka $H_0$ ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b) Signifikansi $F > 0{,}05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka $H_0$ diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Apotek Sehat Kediri bertempat di Jalan Monginsidi No.14 Kelurahan Setono Gedong Kec. Kota Kediri. Berdiri pada tanggal 12 Agustus 1986.

**Uji Instrumen**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur keterkaitan item pertanyaan dalam suatu variabel. Hasil Uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | Nomer item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Ket |
|---|---|---|---|---|
| Distribusi | 1 | 0,677 | 0,200 | Valid |
| | 2 | 0,834 | 0,200 | Valid |
| | 3 | 0,818 | 0,200 | Valid |
| | 4 | 0,802 | 0,200 | Valid |
| | 5 | 0,677 | 0,200 | Valid |
| | 6 | 0,818 | 0,200 | Valid |
| Persepsi | 1 | 0,715 | 0,200 | Valid |
| | 2 | 0,928 | 0,200 | Valid |
| | 3 | 0,656 | 0,200 | Valid |
| | 4 | 0,790 | 0,200 | Valid |
| | 5 | 0,928 | 0,200 | Valid |
| | 6 | 0,715 | 0,200 | Valid |
| | 7 | 0,928 | 0,200 | Valid |
| | 8 | 0,715 | 0,200 | Valid |
| Kualitas pelayanan | 1 | 0,697 | 0,200 | Valid |
| | 2 | 0,903 | 0,200 | Valid |
| | 3 | 0,719 | 0,200 | Valid |
| | 4 | 0,831 | 0,200 | Valid |
| | 5 | 0,697 | 0,200 | Valid |
| | 6 | 0,697 | 0,200 | Valid |
| | 7 | 0,903 | 0,200 | Valid |
| | 8 | 0,677 | 0,200 | Valid |
| | 9 | 0,873 | 0,200 | Valid |
| | 10 | 0,831 | 0,200 | Valid |
| Loyalitas pelanggan | 1 | 0,739 | 0,200 | Valid |
| | 2 | 0,784 | 0,200 | Valid |
| | 3 | 0,950 | 0,200 | Valid |
| | 4 | 0,950 | 0,200 | Valid |
| | 5 | 0,707 | 0,200 | Valid |
| | 6 | 0,921 | 0,200 | Valid |

Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari semua item lebih besar dari pada r tabel. Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

**Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas antara variabel Distribusi, Persepsi, Kualitas pelayanan, Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel | Nilai r alpha Tabel | Nilai r alpha hitung | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Distribusi | 0,60 | 0,863 | Reliabel |
| 2 | Persepsi | 0,60 | 0,922 | Reliabel |
| 3 | Kualitas pelanggan | 0,60 | 0,928 | Reliabel |
| 4 | Loyalitas pelanggan | 0,60 | 0,918 | Reliabel |

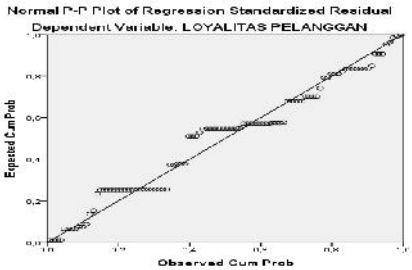
Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Dari tabel 4.8 diketahui bahwa masing–masing variabel (distribusi, persepsi, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan) memiliki nilai r alpha hitung (*cronbach's Alpha*) lebih besar dari pada nilai r alpha tabel. Dengan demikian, hasil uji reliabilitas semua variabel adalah reliabel.

**Analisis Data**

**Uji Normalitas**

Berdasarkan uji Normalitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :




**Gambar 4.1**

**Grafik *Normal Probability Plot***

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pada gambar *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang distribusi, persepsi, kualitas pelayanan , loyalitas pelanggan adalah menyebar diantara garis diagonal.

**Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan uji multikolinearitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Uji Multikolinieritas**

| Model | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| DISTRIBUSI | ,038 | 6,095 |
| PERSEPSI | ,042 | 3,544 |
| KUALITAS PELAYANAN | ,018 | 6,901 |

Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

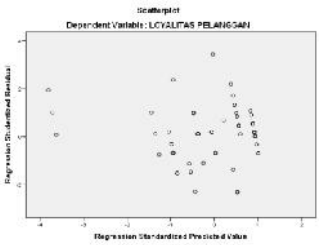
Sumber:Data primer diolah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF distribusi, persepsi, kualitas pelayanan, dan loyalitas

pelanggan lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

**Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :




**Gambar 4.2**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang distribusi, persepsi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap loyalitas pelanggan.

**Uji Autokorelasi**

**Tabel 4.10**

**Uji Autokorelasi**

**Model Summary[b]**

| Model | Durbin-Watson |
|---|---|
| 1 | 1,574 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI, DISTRIBUSI

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel di atas hasil uji *Durbin Watson* (DW) yang dihasilkan adalah 1,574. Nilai Du (1,7335) sehingga nilai DW 1,574 lebih kecil dari batas atas (dU) yakni 1,7335 dan kurang dari (4-dU) yaitu (4-1,7335)= 2,2665. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) terletak pada Du < d < 4 – dU yang berarti tidak ada autokorelasi.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel distribusi, persepsi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara parsial maupun simultan.

**Tabel 4. 11**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,203 | ,333 | | ,609 | ,544 |
| | DISTRIBUSI | 1,144 | ,059 | 1,084 | 19,351 | ,000 |
| | PERSEPSI | ,282 | ,044 | ,342 | 6,427 | ,000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | 1,061 | ,052 | 1,693 | 20,467 | ,000 |

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat persamaaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0{,}203+1{,}144X_1 +0{,}282X_2 + 1{,}061X_3$$

**Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang ditunjukkanpada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.12**
**Hasil Uji Determinasi**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,994[a] | ,989 | ,988 | ,332 | 1,574 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI, DISTRIBUSI
b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGA

Sumber: data primer diolah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,988**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan, terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 98,8%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi sebesar 1,2% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Uji t (Uji pengaruh secara parsial)**

**Tabel 4.13**
**Hasil Uji t**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,203 | ,333 | | ,609 | ,544 |
| | DISTRIBUSI | 1,144 | ,059 | 1,084 | 19,351 | ,000 |
| | PERSEPSI | ,282 | ,044 | ,342 | 6,427 | ,000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | 1,061 | ,052 | 1,693 | 20,467 | ,000 |

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber : data primer diolah peneliti, 2015

**Uji F (Uji pengaruh secara simultan)**

**Tabel 4. 14**
**Hasil Uji**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regresn | 904,283 | 3 | 301,428 | 2739,654 | ,000[b] |
| | Residual | 10,232 | 93 | ,110 | | |
| | Total | 914,515 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: data primer diolah peneliti, 2015

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pengujian sebesar 0,000. Nilai tersebut jauh lebih kecil dari nilai α (batas kesalahan maksimal) yang telah ditentukan yakni sebesar 0,05 yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_4$ diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwa secara serempak (simultan) distribusi ($X_1$), persepsi ($X_2$), dan kualitas pelayanan ($X_3$), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

**Pembahasan**

Dari hasil tersebut diperoleh bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

**1.Variabel distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.**

Hasil penelitian yaitu distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada apotek sehat. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan (Tjiptono, 2008:185), untuk membangun loyalitas konsumen yang baik melalui proses distribusi mampu menciptakan nilai tambah produk dan penelitian yang dilakukan Trisnawan (2014) dalam skripsinya yang menyatakan bahwa distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**2.Variabel Persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.**

Hasil penelitian yaitu persepsi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan apotek sehat. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan Irawan (2002:2) persepsi adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi–spesifikasinya nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan keyakinan konsumen yang dapat menimbulkan pembelian ulang dan penelitian yang dilakukan Putra (2013) dalam skripsinya yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**3.Variabel Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.**

Hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan apotek sehat. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan Tjiptono (2008:83), kualitas

pelayanan apabila dikelola dengan tepat akan berpengaruh positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan danpenelitian yang dilakukan Saputro (2010) dalam skripsinya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**4.Variabel Distribusi, Persepsi, dan Kualitas pelayanan secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.**

Hasil analisis data secara diatas membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara distribusi, persepsi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan apotek sehat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
2. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri
4. Distribusi, persepsi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Sehat Kediri

### Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Memperhatikan saluran distribusi agar barang tidak sampai mengalami keterlambatan dalam hal pengiriman dengan selalu memperhatikan stok barang
2. Memberikan informasi yang lebih tentang pengetahuan produk kepada konsumen agar konsumen lebih mengetahui kegunaan dan manfaat suatu produk sehingga bisa mempersepsikan produk dengan baik.
3. Mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dan berusaha untuk lebih meningkatkan sistem pelayanan agar lebih baik sehingga pelanggan merasa puas dan akan loyal
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil

penelitian ini dengan mengkaji faktor–faktor lain selain distribusi, persepsi dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga pengetahuan dapat lebih meluas.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alma, Buchori. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA

Arikunto. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan

Arikunto. 2006. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga

Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT INDEKS

Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : GRAMEDIA

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, edisi millennium, jilid 1*. PT. Prenhalindo, Jakarta.

Kotler. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT INDEKS

Lupiyadi, Rahmat. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat

Mowen & Minor. 1998. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi

Mowen, Jhon dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta: Erlangga

Peter & Olson. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga

Saladin, Djaslim. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran*. Bandung : Lindakarya

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : ALFABETA

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesi

Susanto. 1997. *Gerbang Pemasaran*. Jakarta : Gramedia

Swasta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Swastha, Basu & Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Swastha, Basu & Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi

Toha, Miftah. 2003. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Bandung: Erlangga