JURNAL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN APOTEK RIZKY BAROKAH NGADILUWIH

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY CUSTOMER SATISFACTION PHARMACY RIZKY BAROKAH NGADILUWIH

OLEH :

DODDY KURNIAWAN

NPM : 12.1.02.02.0068

Dibimbing Oleh:

1. Prof. Dr. H. Sugiono., S.Pd., M.M
2. Dhiyan Septa Wihara. SP, M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	:	**DODDY KURNIAWAN**
NPM	:	12.1.02.02.0068
Telepon / HP	:	085707597683
Alamat surel (Email)	:	doddykurniawan98@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih
Fakultas – Program Studi	:	FE - Manajemen
Alamat Perguruan Tinggi	:	UN PGRI Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarism;

b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk ditertibkan oleh Dosen Pembimbing I dan II

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		**Kediri, ……**
Pembimbing I	**Pembimbing II**	**Penulis,**
Prof. Dr. H. Sugiono., S.Pd., M.M. NIDN.0014015706	**Dhiyan Septa Wihara. SP, M.M** NIDN. 0730098401	**Doddy Kurniawan** NPM:12.1.02.02.0068

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN APOTEK RIZKY BAROKAH NGADILUWIH

DODDY KURNIAWAN
NPM:12.1.02.02.0068
FE - Manajemen
Email: doddykurniawan98@gmail.com
Prof. Dr. H. Sugiono., S.Pd., M.M.[1] dan **Dhiyan Septa Wihara. SP, M.M.**[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah Toserba merupakan salah satu swalayan yang terdapat di desa kepung dilihat lokasinya yang berada dipusat keramaian dan mudah di jangkau dengan alat transportasi umum, keberadaan Toserba sangat dikenal masyarakat luas. Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang dan lokasi yang strategis. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh variabel x secara parsial terhadap keputusan pembelian (2) pengaruh variabel x secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan Toserba desa kepung.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Variabel bebas dari penelitian ini adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *random simple* dengan rumus sugiyono diperoleh 50 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan saran uji asumsi klasik. Penganalisisan data menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 21.

Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukan bahwa semua variabel bebas yaitu adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, bentuk fisik, proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji secara simultan (uji F) menunjukan variabel bebas keputusan pembelian secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disarankan bagi perusahaan diharapkan untuk bias mempertahankan hal tersebut bahkan ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Kata kunci: *pengaruh marketing mix dan keputusan pembelian*

I. LATAR BELAKANG

Era persaingan bebas saat ini, perkembangan dan peningkatan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan obat dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat dunia usaha. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan diantaranya : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kualitas layanan jasa yang diberikan merupakan sasaran utama dari semua taktik dan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen, karena sasaran utama adalah perubahan perilaku. Untuk itu, perlu perencanaan strategi dimulai dengan memahami perilaku konsumen tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sedangkan jumlah Apotek yang ada di kabupatten kediri dan sekitarnya yaitu 53 Apotek (*sumber: Goapotek.com ditulis oleh Anugrah Argon*) tahun 2014. Dengan banyaknya apotek maka persaingan di bidang penjualan obat-obatan semakin meningkat yaitu dalam bidang kualitas pelayanan konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini juga meneliti tentang dimensi kualitas jasa yang terdiri dari lima dimensi pokok.

Dengan jumlah Apotek sebanyak itu menuntut adanya suatu kinerja yang baik dalam hal kualitas pelayanan. Setiap perusahaan berlomba untuk tetap meningkatkan kualitas layanannya, hal ini karena nama baik yang diperoleh dari masyarakat dunia usaha dan penghargaan yang diberikan oleh pelanggan seringkali dikarenakan kualitas pelayanan yang dianggap memuaskan. Adapun pengukuran kepuasan konsumen yaitu meliputi : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Hal ini, karena pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan, dan dalam kenyataannya tidak ada satupun perusahaan atau apotek yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan pelanggannya. Apotek Rizky Barokah juga perlu meningkatkan kualitas palayanannya. Salah satunya adalah dengan mempertahankan maupun meningkatkan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan, agar pelanggan selalu terpuaskan.

Namun demikian, saat ini jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Apotek Rizky Barokah mengalami penurunan. Informasi ini didapat dari hasil wawancara karyawan apotek. Karena saat ini banyak didirikan Apotek-Apotek pesaing dengan lokasi yang hampir berdekatan, sehingga memberikan alternatif pilihan bagi konsumen untuk melakukan pembelian obat selain di Apotek Rizky Barokah, yang kemungkinan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka

judul yang dipilih adalah **"Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih"**

II. METODE

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Menurut Sugiyono (2009) "secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu", misalnya dengan mengedarkan kuesioner.

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan dengan tujuan penelitian ini, maka populasi dari penelitian ini adalah para pembeli atau konsumen apotek Rizky Barokah rata-rata pembeli atau konsumen dalam satu bulan yaitu 175 orang. Berdasarkan wawancara pegawai apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.

Dari 175 orang diambil sampel sebanyak 30 orang untuk mewakili dari konsumen yang lain menurut (Sugiyono, 2005).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/Indikator	r hitung	r table	Ket
Keandalan (X1)				
1.	X1.1	0,470	0,177	Valid
2.	X1.2	0,569	0,177	Valid
3.	X1.3	0,630	0,177	Valid
4.	X1.4	0,576	0,177	Valid
Daya Tanggap (X2)				
1.	X2.1	0,516	0,177	Valid
2.	X2.2	0,670	0,177	Valid
3.	X2.3	0,682	0,177	Valid
4.	X2.4	0,389	0,177	Valid
5.	X2.5	0,571	0,177	Valid
Jaminan (X3)				
1.	X3.1	0,639	0,177	Valid
2.	X3.2	0,764	0,177	Valid
3.	X3.3	0,550	0,177	Valid
4.	X3.4	0,606	0,177	Valid
Empati (X4)				
1.	X4.1	0,701	0,177	Valid
2.	X4.2	0,605	0,177	Valid
3.	X4.3	0,616	0,177	Valid
4.	X4.4	0,672	0,177	Valid
Bukti Fisik (X5)				
1.	X5.1	0,698	0,177	Valid
2.	X5.2	0,624	0,177	Valid
3.	X5.3	0,643	0,177	Valid
4.	X5.4	0,571	0,177	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)				
1.	Y.1	0,549	0,177	Valid
2.	Y.2	0,540	0,177	Valid
3.	Y.3	0,610	0,177	Valid
4.	Y.4	0,656	0,177	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data dari jawaban responden yang dikumpulkan dan diolah dengan bantuan SPSS versi 20.0, maka diperoleh hasil analisis regresi pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.623	1.113		.559	.577		
	Keandalan	.338	.055	.359	6.152	.000	.645	1.550
	Daya Tanggap	.127	.045	.168	2.793	.006	.605	1.654
	Jaminan	.406	.053	.456	7.635	.000	.615	1.627
	Empati	.153	.042	.181	3.609	.000	.867	1.154
	Bukti Fisik	.085	.042	.104	2.040	.044	.848	1.179

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber :Hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Uji parsial (individu) adalah menunjukkan pengaruh secara parsial antara variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji secara parsial dapat di lihat pada tabel 4.16 di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.623	1.113		.559	.577		
	Keandalan	.338	.055	.359	6.152	.000	.645	1.550
	Daya Tanggap	.127	.045	.168	2.793	.006	.605	1.654
	Jaminan	.406	.053	.456	7.635	.000	.615	1.627
	Empati	.153	.042	.181	3.609	.000	.867	1.154
	Bukti Fisik	.085	.042	.104	2.040	.044	.848	1.179

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Pengaruh simultan (bersama-sama) antara keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.131	5	51.226	67.495	.000[a]
	Residual	90.317	119	.759		
	Total	346.448	124			

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Keandalan, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kelima variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi baik keandalan suatu produk, baya tanggap, jaminan yang diberikan, empti, dan bukti fisik akan mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. **Pengaruh KeandalanTerhadap Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2006), keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara keandalan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,152 > 1,657 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel keandalan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahputra (2011).

2. **Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2006), daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara daya tanggap terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,793 > 1,657 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,006 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Normasari (2013).

3. **Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2006), jaminan merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas

dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 7,635 > 1,657 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian ada pengaruh antara variabel jaminan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Manoppo (2013).

4. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2006), empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara empati terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,609 > 1,657 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.Dengan demikian ada pengaruh antara variabel empati terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan (2011).

5. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2006), bukti fisik merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,040 > 1,657 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,044 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian ada pengaruh antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan (2011).

Kesimpulan

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

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara keandalan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara jaminan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara empati terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
6. Ada pengaruh positif dan signifikan antara keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.
7. Variabel jaminan mempumyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen di Apotek Rizky Barokah Ngadiluwih.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A, Usmara. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.

Angipora, Marius, P. 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi revisi, cetakan kedua, Jakarta : Grafindo Persada.

Canon, Joseph. P, dkk, 2008. *Pemasaran Dasar*, Buku I Edisi 16, Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2005. *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Rambat Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Jakarta: Salemba Empat.

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: alfabeta