JURNAL

PENGARUH PERSEPSI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APOTEK WAHYU DI KOTA KEDIRI

EFFECT OF PERCEPTION OF PRODUCTS, QUALITY OF SERVICE, AND SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY IN PHARMACIES IN REVELATION KEDIRI

Oleh:

ARI ANDRIAS TUTI

12.1.02.02.0259

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Sri Aliami**
2. **Rony Kurniawan, S.E M.M.**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Ari Andrias Tuti
NPM	: 12.1.02.02.0259
Telepun/HP	: 085-853-566-624
Alamat Surel (Email)	: Ari.andriastuti23@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Persepsi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Wahyu Di Kota Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis**)** dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian 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, 14 Februari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami NIDN. 0716086403	Rony Kurniawan, S.E M.M. NIDN. 0730076804	Ari Andrias Tuti NPM: 12.1.02.02.0259

PENGARUH PERSEPSI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APOTEK WAHYU DI KOTA KEDIRI

Ari Andrias Tuti
12.1.02.02.0259
Ekonomi - Manajemen
Ari.andriastuti23@gmail.com
Dr. Sri Aliami dan Rony Kurniawan, S.E M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis ini mengharuskan perusahaan untuk dapat memiliki keunggulan agar dapat memenangkan dalam persaingan. Keunggulan bisa dalam bentuk persepsi, kualitas pelayanan dan kepuasan. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, perusahaan bisa memiliki salah satu keunggulan atau menentukan, beberapa keunggulan yang disaingkan. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuannya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kinerja secara kompetitif, dilakukan dengan memberikan kepuasan 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. Dengan demikian, akan berdampak baik bagi perusahaan.

Permasalahan Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah pengaruh persepsi terhadap loyalitas pelanggan ? (2) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan? (3) Bagaimankah pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? (4) Bagaimankah pengaruh persepsi , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data pembagian kuesioner. Sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 pelanggan Apotek Wahyu Kediri. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan software *SPSS for windows versi 23*.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) persepsi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (2) persepsi,kualitas pelanggan, kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.Saran untuk Apotek Wahyu walapun persepsi, kualitas pelayanan dan kepuasan sudah membuat pelanggan loyal tapi akan lebih baik lagi jika ditingkatkan.

Kata Kunci: Persepsi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis ini mengharuskan perusahaan untuk dapat memiliki keunggulan agar dapat memenangkan dalam persaingan. Keunggulan bisa dalam bentuk persepsi produk , kualitas pelayanan dan kepuasan. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, perusahaan bisa memiliki salah satu keunggulan atau menentukan, beberapa keunggulan yang disaingkan. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuannya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kinerja secara kompetitif, dilakukan dengan memberikan kepuasan 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. Dengan demikian, akan berdampak baik bagi perusahaan.

Dalam konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan dan mengkomunikasikan dengan baik kepada konsumen Kotler (2008 : 6). Perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pengetahuan yang sesuai dengan yang dimiliki sehingga konsumen bisa mempersepsikan produk dengan baik, dengan demikian konsumen loyal.

II. METODE

Penelitian ini dilakukan di Kediri. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kuantitatif diartikan sebagai pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian tergantung kepada tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian adalah menggambarkan secara jelas tentang fakta-fakta yang ingin di teliti. Atas dasar ketentuan tersebut maka tehnik yang di gunakan penelitian deskriptif.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi produk , kualitas pelayanan, kepuasan , sedangkan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian berupa kuesioner berupa pernyataan-pernyataan sebanyak 24 item. Instrumen yang digunakan dalam

penelitian telah divalidasi menggunakan *software* SPSS versi 23. Selanjutnya, instrumen diujicobakan ke lapangan dan hasilnya dianalisis berdasarkan validitas dan reliabilitas.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua yaitu persepsi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada indikator persepsi yang paling dominan pada pertanyaan "Tampilan produk obat sangat menarik" ($X_{1.4}$) dengan persentase hasil penilaian (66%). Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis regresi persepsi produk (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai Sig 0,002 lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa persepsi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi persepsi produk yang dimiliki konsumen terhadap produk yang terdapat di apotek mampu menyembuhkan sakitnya maka apabila sakit lagi akan berkeyakinan untuk membeli produk tersebut sehingga pelanggan akan loyal. Hasil penelitian ini mendukung teori persepsi milik Irawan (2008) Faktor – faktor pembentukan persepsi kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. penelitian yang dilakukan L. Suryanto, FX.Sugiyanto , Sugiarti (2002), Persepsi kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada indikator kualitas pelayanan yang paling dominan pada pertanyaan "Para karyawan apotek wahyu sangat ramah, sopan dan mengerjakan resep dengan tepat" ($X_{2.2}$) dengan hasil persentase (68%) dan ditunjukkan dari nilai Sig sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal akan berdampak pada kepuasaan konsumen sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan Tjiptono (2008:83), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan,survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta. penelitian yang dilakukan Nugroho (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama yaitu kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada indikator letak geografis yang paling dominan pada pertanyaan "Lokasi atau tempat apotek wahyu sangat strategis" ($X_{3.4}$) dan "Anda sering melakukan pembelian di apotek wahyu" ($X_{3.6}$) dengan persentase hasil penilaian setuju (58%) . Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis regresi kepuasan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai Sig 0,008 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian membuktikan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kepuasan yang dilakukan di Apotek Wahyu maka pelanggan akan selalu dating dan perusahaan mendapatkan laba. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan Tjiptono (2008:185), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan,survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta. penelitian yang dilakukan Nugroho (2015)menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis data secara diatas membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan paling dominan pada pertanyaan "Anda selalu meceritakan keunggulan apotek wahyu kepada orang lain" (Y.3) dengan hasil persentase setuju (64%) yang ditunjukkan dari nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan menurut Griffin (2007:16), loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit–unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus–menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan menyatakan bahwa Persepsi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap. Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan padaPelanggan Bus Efisiensi .Mardikawati (2013)Dalam penelitian ini membuktikan ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel persepsi, kualitas

pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik.* Jakarta: PT. Rineka Cipta

Basu, Swastha danIrawan, 2003. *ManajemenPemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Basu Swastha dan Irawan, (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty,Yogyakarta

Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty

Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F. 2011. *Service Management*: *Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: Andi Offset.

Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty:* Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga

Ghozali, Imam, 2005, *AplikasiAnalisis Multivariate Dengan Program Spss*,semarang: UniversitasDiponegoro

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

Kotler Philip dan Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan,Implementasi dan Kontrol***,** terj : Hendra Teguh dan Ronny AntoniusRusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2003. *ManajemenPemasaran*. edisikesebelas, Jakarta: IndeksKelompokGramedia.

Kotler, philip, 2005, *ManajemenPemasaran*,

jilid 1 & 2, Jakarta: PT. IndeksKelompokGramedia

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat

Lupiyoadi, Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Praktek, Edisi Pertama,* Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

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

Lupiyoadi, Rambat. 2013: *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sudarsono, D. S dan Kurniawati, Dyah, 2013, *Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop*. Vol. 1 No. 1

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung : Alfabeta.

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. 2011. *Service Management*: *Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: Andi Offset.

UN PGRI Kediri. 2016. *Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*: *Skripsi/Tugas AkhirFakultas Ekonomi.*Kediri: UN PGRI Kediri.