

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK BIMA BANJARBARU

Muklas Sandi<sup>1</sup>, Husnurrofiq<sup>2</sup>, Farida Yulianty<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Kalimantan MAB

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas pelayanan yang diberikan Apotek Bima Banjarbaru terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitiannya dengan prosedur penelitian formal yang berisi definisi yang jelas dari sasaran penelitian dan kebutuhan informasi. Untuk menjawab dan mencapai tujuan penelitian tersebut, maka akan digunakan analisis regresi. Analisis regresi adalah suatu metode statistika yang bertujuan untuk melihat arah hubungan dan besarnya pengaruh antar 2 atau lebih variabel dalam bentuk yang linear. Oleh karena itu, maka model penelitian dalam penelitian ini adalah  $Y = \alpha + \beta X + e$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ternyata variabel bebas yang memiliki beta terbesar adalah variabel *Tangibles* (X1) yaitu sebesar 0,507 atau sebesar 50,7%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bima Banjarbaru adalah variabel X1 (*Tangibles*) yaitu dengan koefisien regresi baku sebesar 0,507.

*Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan.*

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of the quality of services provided by the Bima Banjarbaru Pharmacy on consumer satisfaction both partially and simultaneously.*

*This research is quantitative research. The research design uses formal research procedures that contain clear definitions of research objectives and information needs. To answer and achieve the research objectives, regression analysis will be used. Regression analysis is a statistical method that aims to see the direction of the relationship and the magnitude of influence between 2 or more variables in a linear form. Therefore, the research model in this study is  $Y = \alpha + \beta X + e$*

*The results showed that, it turns out that the independent variable that has the largest beta is the *Tangibles* variable (X1) that is equal to 0.507 or equal to 50.7%. Therefore it can be said that the service quality variable that has the greatest influence on customer satisfaction at the Bima Banjarbaru Pharmacy is the X1 variable (*Tangibles*), namely with a standard regression coefficient of 0.507.*

**Keywords: Service, Satisfaction.**

## PENDAHULUAN

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan,

karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan

Menghadapi semakin ketat nya persaingan bisnis khususnya dibidang kesehatan yakni salah satunya apotek, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan Apotek Bima Banjarbaru perlu melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting antara lain yaitu

kualitas pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

Pelayanan apotek merupakan salah satu pelayanan kesehatan di Indonesia. Pelayanan apotek saat ini harus berubah orientasi dari *drug oriented* menjadi *patient oriented* dengan berbasiskan *pharmaceutical care*. Kegiatan pelayanan farmasi yang tadinya hanya berfokus pada pengolahan obat sebagai komoditi harus diubah menjadi pelayanan yang komprehensif dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien, 25% kesembuhan pasien diharapkan diperoleh dari kenyamanan serta baiknya pelayanan apotek, sedangkan 75% berasal dari obat yang digunakan pasien (Aditama, 2010).

Apotek juga merupakan suatu perusahaan, dimana setiap perusahaan dalam memasarkan produk pasti memiliki tujuan yaitu bagaimana konsumen/pelanggan merasa puas atas layanan yang diterima, sehingga memutuskan untuk tetap menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Faktor utama yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Jika kualitas layanan lebih ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga sangat mungkin akan meningkat. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan layanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Atas permasalahan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan**

## **Konsumen Pada Apotek Bima Banjarbaru**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitiannya dengan prosedur penelitian formal yang berisi definisi yang jelas dari sasaran penelitian dan kebutuhan informasi

### **PEMBAHASAN**

Dari hasil analisis yang dilakukan, diperoleh bahwa *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh secara signifikan dan perubahannya berubah searah dengan kepuasan pelanggan. Artinya jika tingkat *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* yang dirasakan makin tinggi, maka mengakibatkan makin tinggi juga kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.

Persamaan regresi yang didapat dari hasil analisis tersebut adalah:

$$Y = 1.574 + 0,507 X_1 + 0,258 X_2 + 0,169 X_3 + 0,001 X_4 + 0,447 X_5 + e$$

Untuk melihat dominasi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya, maka bisa dilihat koefisien beta (koefisien regresi baku). Nilai koefisien regresi baku antar variabel bebas dapat dibandingkan, karena nilainya telah distandarisasi sehingga variabel bebas (kualitas jasa) yang memiliki koefisien regresi baku yang lebih besar, berarti akan memberi pengaruh yang lebih besar pula pada variabel terikatnya.

Hasil pengolahan data penelitian ini, ternyata variabel bebas yang memiliki beta terbesar adalah variabel *Tangibles* ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,507 atau sebesar 50,7%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bima Banjarbaru adalah variabel  $X_1$  (*Tangibles*) yaitu dengan koefisien regresi baku sebesar 0,507..

Hasil pembuktian hipotesa pertama ( $H_1$ ) yaitu keputusannya menolak  $H_0$  dan

menerima  $H_a$  yang artinya uji F terhadap persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa, secara bersama-sama kelima variabel kualitas pelayanan yakni *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh terhadap pada kepuasan konsumen Apotek Bima Banjarbaru.

Implikasi hasil uji F bagi Apotek Bima Banjarbaru jika mereka akan meningkatkan kualitas pelayanannya perlu menekankan pada lima faktor tersebut yaitu berturut-turut *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Hal ini harus dilakukan secara terus menerus (*continues improvement*) dalam usaha untuk persaingan (kompetisi) yang semakin ketat antar penyedia dibidang kesehatan dan obat-obatan.

Selain uraian diatas, dari uji T yang dilakukan guna pengujian H2, H3, H4, H5, dan H6, hasil yang diperoleh adalah sebagai untuk variabel X1, X2, X3, X4 DAN X5 hasilnya signifikan karena T signifikannya lebih kecil dari 5% sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel X1, X2, X3, X4 DAN X5 signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Apotek Bima Banjarbaru.

Implikasinya adalah jika pihak Apotek Bima Banjarbaru ingin meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan kualitas pelayanannya, maka harus memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kelima faktor kualitas pelayanan yang telah disebut diatas, tentu saja dengan

penekanan yang berbeda, misal untuk *Tangibles* (X1) yang perlu ditingkat lebih baik adalah kualitas tempat/ruangan seperti ruang tunggu yang nyaman dan lain sebagainya. Untuk *Reliability* (X2) yang perlu ditingkatkan adalah laporan yang bebas dari kesalahan. Untuk *Responsiveness* (X3) perhatian yang lebih harus diberikan pada kecepatan pelayanan. Untuk *Assurance* (X4) yang perlu ditekankan adalah kemampuan karyawan dalam memberi rasa aman dan nyaman serta kepuasan kepada pelanggan/konsumen Apotek Bima Banjarbaru. Untuk *Empathy* (X5) yang sangat perlu ditingkatkan adalah perhatian individual karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan.

Untuk mendukung keterangan diatas dapat juga kita lihat hasil  $R^2$  (Koefisien Determinasi) Regresi yaitu sebesar 0,532 artinya sebesar 53.2% variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Sisanya sebesar 46.8% kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model. Jadi model yang digunakan dianggap cukup signifikan.

### 1. Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Bima Banjarbaru

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Bima Banjarbaru terhadap setiap konsumen atau pelanggannya dapat kita lihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Bima Banjarbaru**

Variabel	Skor*)										
	1		2		3		4		5		Total
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ
<b>Kepuasan Konsumen</b>	3	3%	10	10%	23	23%	48	48%	16	16%	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2019).

Keterangan: \*) Skor jenjang penilaian responden dari 1s/d 5

Dari tabel di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa konsumen Apotek Bima

Banjarbaru yang merasa puas atas pelayanan adalah 48% , Netral sebesar 23% sedangkan yang menjawab sangat puas sebanyak 16%, dan yang menyatakan tidak puas sebesar 10% dan responden yang menjawab sangat tidak puas sebesar 3%.

Implikasi kondisi ini adalah mengingat pendekatan yang kita pergunakan untuk menilai kualitas pelayanan Apotek Bima Banjarbaru *User Based Approach*, maka kualitas bagi seseorang (konsumen adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya, oleh karena konsumen Apotek Bima Banjarbaru berada pada tingkat puas dan netral (cukup puas) yang bisa juga diartikan bahwa kualitas pelayanan Apotek Bima Banjarbaru masih berada pada taraf cukup baik oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan-perbaikan kualitas, yang sesuai dengan keinginan konsumen yakni lebih menekankan pada *Empathy*, *Reability* serta *Assurance* karyawan dan penyediaan fasilitas fisik yang canggih dan memadai.

## PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Diketahui bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.
- 2) Variabel *Tangibles* (X1) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.
- 3) Variabel *Reliability* (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.
- 4) Variabel *Responsiveness* (X3) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.

- 5) Variabel *Assurance* (X4) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.
- 6) Variabel *Empathy* (X5) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen Apotek Bima Banjarbaru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall.Surakarta: Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS. Surakarta.
- Azwar, Saifuddin. 2011. Reliabilitas dan Validitas. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Aditama, T.Y. 2010. Manajemen Administrasi Rumah Sakit. Edisi kedua. UI Press. Jakarta.
- Azahraty, etc all (2018), Dalam jurnal JIEB Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Di Kabupaten Murung Raya
- Bayu Hadyanto Mulyono (2008), Dalam tesis. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang).
- Departemen Kesehatan RI 2006. Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1197/Menkes/SK/X/2004. Direktorat Jenderal Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ingerani. 2002. Laporan Penelitian Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap

Pelayanan Kesehatan di DKI Jakarta  
kerjasama Balitbangkes dan Dinkes DKI  
Jakarta. Kementerian Kesehatan RI.  
Jakarta:

Periyadi, et al (2017) dalam jurnal attadbir:  
Jurnal Ilmiah Manajemen Volume I  
Nomor 1, Januari 2017. Faktor-Faktor  
Yang Mempengaruhi Kepuasan  
Pelanggan Travel Ijejela Banjarmasin.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan  
Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan  
R&D. Alfabeta. Bandung.

Sigit, Suhardi. (2008). Pemasaran Praktis,  
Edisi Ketiga, Penerbit BPFE,  
Yogyakarta.

Sitinjak Tumpal, J.R., dan Sugiarto, 2006.  
LISREL. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Supramono, dan Haryanto, Jony Oktavian.  
2005. Desain Proposal Penelitian Studi  
Pemasaran. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008. Strategi Pemasaran,  
Edisi 3. ANDI. Yogyakarta.