

---

## GAMBARAN PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA YOGYAKARTA

### DESCRIPTION OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER LOYALTY OF KIMIA FARMA PHARMACY YOGYAKARTA

Fajar Agung Dwi Hartanto<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Prodi Farmasi STIKES Notokusumo Yogyakarta

e-mail: \*fajaragungdh@gmail.com

---

#### INDEX

**Kata kunci:**

Kualitas layanan,  
Loyalitas pelanggan,  
Apotek Kimia Farma  
Yogyakarta

**Keywords:**

Quality of service,  
Customer loyalty,  
Kimia Farma  
Pharmacy  
Yogyakarta

---

#### ABSTRAK

Dalam ekonomi global seperti sekarang ini, loyalitas pelanggan memiliki kontribusi yang besar bagi nilai sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas layanan. Keberadaan jumlah apotek yang banyak menyebabkan tingkat persaingan menjadi meningkat. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Kimia Farma di wilayah Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian bersifat deskriptif menggunakan desain survei dengan memberikan kuesioner kepada responden. Sampel penelitian adalah pelanggan apotek yang sudah melakukan kunjungan minimal 3 kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sebanyak 113 responden. Analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dimensi kualitas layanan pada loyalitas pelanggan Apotek Kimia Farma Yogyakarta.

*In today's global economy, customer loyalty has a great contribution to the value of a company. Customer loyalty has a close relationship with service quality. The existence of a large number of pharmacies causes the level of competition to increase. So the purpose of this study was to determine the effect of service quality dimensions on customer loyalty at Kimia Farma Pharmacy in the Yogyakarta area. This research is a descriptive study using a survey design by giving questionnaires to respondents. The research sample is pharmacy customers who have visited at least 3 times. The sampling technique used purposive sampling method as many as 113 respondents. The data analysis used includes descriptive analysis and multiple regression. The results showed the positive influence of service quality dimensions on customer loyalty at Kimia Farma Pharmacy Yogyakarta.*

---

#### PENDAHULUAN

Dalam ekonomi global seperti sekarang ini, loyalitas pelanggan memiliki kontribusi yang besar bagi nilai sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu wujud kesetiaan

pelanggan terhadap suatu barang atau jasa dengan melakukan pembelian ulang barang atau jasa tersebut secara terus menerus. Loyalitas merupakan aset bernilai yang dapat memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

Konsumen yang kembali membeli akan berupaya memberitahu konsumen lainnya tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut, dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut merasa puas (Widodo, 2012). Keberhasilan perusahaan tidak hanya berfokus pada kepuasan konsumen saja, karena tidak ada jaminan bahwa konsumen yang puas akan membeli ulang pada suatu perusahaan. Oleh karena itu harus dibentuk konsumen yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas layanan. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh (Mauludin, 2011). Pelayanan menjadi faktor utama seorang pelanggan menjalin hubungan yang erat dengan pelanggannya. Dalam mengembangkan suatu usaha, pelayanan merupakan suatu kebutuhan yang seharusnya selalu dijaga dan ditingkatkan agar tercipta loyalitas pelanggan yang optimal.

Salah satu bentuk usaha yang saat ini berkembang pesat adalah apotek. Keberadaan jumlah apotek yang banyak menyebabkan tingkat persaingan menjadi meningkat. Kualitas layanan menjadi sebuah tolak ukur dalam keunggulan

bersaing dan mendapatkan target pasar yang luas. Kualitas layanan harus berfokus pada upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014). Saat ini pelayanan kefarmasian harus memiliki peran penting dalam mewujudkan layanan kesehatan yang bermutu dan berkualitas. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan yang unggul maka diharapkan konsumen akan melakukan pembelian berulang dan menjadi loyal terhadap apotek tersebut.

Sampai tahun 2018, PT. Apotek Kimia Farma (KF) telah mempunyai sekitar 1138 apotek, yang tersebar di seluruh Indonesia. Apotek KF melayani penjualan langsung dan melayani resep dokter dan menyediakan pelayanan lain, misalnya praktek dokter, optik, dan pelayanan obat dengan model swalayan serta pusat pelayanan informasi obat. Apotek KF dipimpin oleh tenaga kefarmasian yang bekerja penuh waktu sehingga dapat melayani informasi obat dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Kimia Farma di wilayah Yogyakarta.

**METODE**

Rancangan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif non eksperimental. Penelitian ini termasuk ke dalam tipe penelitian kuantitatif. Pengambilan data secara kuantitatif dalam penelitian ini, dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari pelanggan apotek Kimia Farma Yogyakarta, menggunakan alat ukur berupa kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sudah menjadi pelanggan apotek minimal 3 kali membeli jasa pada Apotek Kimia Farma Yogyakarta. Analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan regresi berganda.

**HASIL**

Dalam penelitian ini digunakan responden berjumlah 113 orang. Responden yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Apotek Kimia Farma Yogyakarta dengan kunjungan minimal 3 kali.

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 113 responden pada penelitian, paling banyak pada rentang usia 21-30 tahun yaitu berjumlah 41 orang atau 36,28% sedangkan yang paling sedikit pada rentang usia kurang dari 20 tahun yaitu berjumlah 10 orang atau 8,85%. Tingkat pendidikan responden paling banyak

dengan pendidikan S1 berjumlah 46 orang atau 40,71%.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Jumlah	%
Jenis Kelamin		
1. Pria	54	47,79
2. Wanita	59	52,21
Usia		
1. < 20 tahun	10	8,85
2. 21-30 tahun	41	36,28
3. 31-40 tahun	27	23,89
4. 41-50 tahun	19	16,81
5. > 50 tahun	16	14,16
Pendidikan terakhir		
1. Tidak Sekolah	0	0
2. SD/Sederajat	2	1,77
3. SLTP/Sederajat	3	2,65
4. SMU/Sederajat	30	26,55
5. Akademi/ Diploma	19	16,81
6. S1	46	40,71
7. Lainnya	13	11,51

Tabel 2. Hasil analisis deskriptif dimensi kualitas layanan

No	Pernyataan	Skor rata-rata
1	Fasilitas fisik Apotek Kimia Farma menarik secara visual	3,65
2	Apotek Kimia Farma selalu melakukan perbaikan kualitas layanannya.	3,64
3	Tata ruang di Apotek Kimia Farma memudahkan pelanggan mencari apa yang mereka butuhkan	3,78
Rerata		3,69

Dari hasil Tabel 2 terlihat bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang tinggi pada dimensi kualitas layanan, hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 3,69 nilai tersebut berada pada rentang 3,40-4,20. Artinya responden setuju bahwa dimensi layanan pada apotek sudah baik.

Tabel 3. Hasil analisis deskriptif dimensi loyalitas pelanggan

No	Pernyataan	Skor rata-rata
1	Saya berniat untuk merekomendasikan Apotek Kimia Farma kepada teman atau relasi	3,96
2	Saya berniat untuk kembali melakukan pemeriksaan kesehatan dan atau pembelian produk di Apotek Kimia Farma layanannya.	3,95
3	Dengan bangga saya mengaku kepada orang lain sebagai pelanggan Apotek Kimia Farma	4
4	Saya tidak pernah pindah ke Apotek lain, walaupun memiliki masalah dengan Apotek Kimia Farma ini	3,99
Rerata		3,98

Berdasarkan Tabel 3 analisis deskriptif loyalitas pelanggan terlihat bahwa jawaban dari 4 indikator atau item pertanyaan loyalitas pelanggan bervariasi antara satu indikator dan indikator lainnya. Secara umum responden memberikan penilaian yang tinggi pada loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 3,98 nilai tersebut berada pada rentang 3,40-4,20. Artinya responden loyal terhadap apotek.

Tabel 4. Hasil analisis regresi berganda

No	Variabel	Koefisien regresi	t hitung	signifikansi
1	Kualitas layanan	0,099	2,251	0,027

Berdasarkan tabel 4,  $t \text{ hitung} = 2,251 > t \text{ tabel } 1,6599$  dan  $\text{signifikansi } 0,027 < 0,05$  berarti dimensi kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas

pelanggan.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif di tabel 2 dimensi kualitas layanan, menunjukkan dalam nilai rata-rata terbesar jawaban responden dimensi kualitas layanan adalah 3,78 pada item tata ruang apotek yang memudahkan pelanggan mencari barang yang dibutuhkan. Hal ini disebabkan oleh tata letak di apotek dengan model swalayan yang akan memudahkan pelanggan mencari barang yang dibutuhkan. Menurut Harahap (2018) pelayanan swamedikasi di Apotek Kimia Farma menggunakan model swalayan, pasien bebas memilih sendiri obat sesuai dengan kondisi penyakitnya dan jika memerlukan bantuan, maka petugas dengan ramah siap membantu mencarikan obat (Harahap, 2018). Sedangkan nilai rata-rata terendah jawaban responden dimensi layanan adalah 3,64 pada item perbaikan kualitas layanan apotek. Pelanggan belum merasakan adanya perbaikan kualitas layanan apotek yang signifikan salah satunya dengan terbatasnya jumlah tempat duduk pada saat pelanggan mulai ramai sehingga harus terpaksa berdiri untuk menunggu pelayanan.

Untuk hasil analisis deskriptif dimensi loyalitas pelanggan di tabel 3,

nilai rata-rata terbesar jawaban responden aspek loyalitas pelanggan adalah 4,00 pada item dengan bangga mengaku kepada orang lain sebagai pelanggan Apotek Kimia Farma. Hal ini disebabkan karena reputasi dari Apotek Kimia Farma sendiri yang sudah terkenal sehingga konsumen menjadi bangga menjadi pelanggannya. Sedangkan nilai rata-rata terendah jawaban responden aspek loyalitas pelanggan adalah 3,95 pada item berniat untuk kembali melakukan pemeriksaan kesehatan dan atau pembelian produk di Apotek Kimia Farma. Hal ini disebabkan karena kecenderungan harga produk yang lebih mahal daripada apotek lainnya.

Berdasarkan analisis berganda tabel 4, menunjukkan dimensi kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Hasil ini juga diperkuat penelitian Novia (2019) yang juga menemukan pengaruh positif secara langsung kualitas layanan pada loyalitas pelanggan (Novia, 2019). Semakin baik dimensi layanan apotek maka konsumen akan semakin loyal.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya hubungan atau pengaruh positif dari dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan apotek Kimia Farma Yogyakarta. Aspek dimensi kualitas

layanan yang paling besar menentukan loyalitas pelanggan adalah tata ruang apotek model swalayan yang memudahkan pelanggan mencari barang yang dibutuhkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Harahap, A.M. (2018), *Laporan Praktek Kerja Profesi Apotek Kimia Farma 255 Medan*, Program Pendidikan Profesi Apoteker Fakultas Farmasi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Mauludin. H. (2010). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Novia, P.,H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan apotek nindya Surabaya, *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, 8(8):1-16
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, Okky Wenkyca. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada 123 Design and Photography di Semarang)*. Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang