

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK BINTANG TIMUR MATANGGLUMPANGDUA KABUPATEN BIREUEN

M. Yusuf ^{1*)}

¹⁾ Dosen Tetap STIE Kebangsaan Bireuen

^{*)} my.as72@gmail.com

ABSTRAK

Globalisasi yang terjadi tahun 2013 hingga kini, membuat kompetisi di dunia bisnis semakin ketat. Produsen dituntut memberikan sesuatu yang lebih terhadap produk-poduknya kepada pelanggan agar pelanggan tersebut tertarik untuk tetap loyal terhadap produknya. Ada beberapa alasan pelanggan loyal terhadap suatu produk, salah satunya adalah kepuasan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapan pelanggan umumnya keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Dan salah satu penyebab konsumen merasa puas dalam berkanganan di suatu subjek adalah faktor pelayanan yang diberikan produsen, dan dirasakan oleh konsumen. Pertumbuhan bisnis apotik dan atau toko obat berizin tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai daerah, khususnya di negara berkembang. Mengingat masyarakat dunia berkembang, masih tinggi tingkat penyakitnya, dan tidak jarang pula masyarakat enggan langsung ke dokter dalam penanganan penyakitnya. Tujuan penelitian ini adalah mencoba menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan kasus pada Apotik Bintang Timur di kecamatan Peusangan kab. Bireuen. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari faktor pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y), dalam model regresi : $Y = 15.715 + 0.535 X$.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Pada industri perdagangan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik untuk memenuhi kepuasan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa dan perbandingan dari apa yang konsumen harapkan dengan yang diterima, sedangkan ukuran kepuasan adalah evaluasi konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

Salah satu jenis usaha jasa yang turut berkembang seiring dengan pemasarannya kepada masyarakat adalah penjualan obat. Semakin berkembangnya usaha penjualan obat, maka persaingan dalam usaha tersebut juga semakin tinggi, dan persaingan menyebabkan pelaku usaha harus mampu memberikan dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Perusahaan dapat melakukan empat hal yaitu mengidentifikasi siapa konsumennya, memahami tingkat harapan konsumen atas kualitas, memahami strategi kualitas layanan konsumen, dan memahami siklus pengukuran

dan umpan balik dari kepuasan konsumen.

Kegiatan perdagangan yang ada di pusat kota Kecamatan Peusangan terpusat di kota Matangglumpangdua dengan luas wilayah 90 hektar (Ha) dan penduduknya berjumlah 839 jiwa pada tahun 2015 lalu. Daya beli masyarakat di wilayah ini cukup tinggi karena merupakan kawasan perdagangan dan aktivitas jual beli masyarakat setiap harinya senantiasa ramai dikunjungi oleh pembeli. Usaha perdagangan merupakan salah satu motor penggerak ekonomi lokal bagi masyarakat di Kecamatan Peusangan, dengan kegiatan yang paling dominan adalah warung makanan dan minuman, usaha pakaian, dan juga terdapat usaha toko penjualan obat atau Apotek.

Apotek Bintang Timur yang terdapat di kecamatan Peusangan tepatnya di Matangglumpangdua, Kabupaten Bireuen, merupakan salah satu usaha yang melayani resep dokter dan pembelian obat tanpa resep dokter. Dengan kondisi persaingan di antara sesama pelaku usaha apotek di Matangglumpangdua yang cukup tinggi dan konsumen juga selektif dalam memilih apotek yang sesuai dengan keinginannya, sehingga masing-masing apotek mampu bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan untuk mencapai Kepuasan yang tinggi pada Konsumen.

Saat ini, di Kabupaten Bireuen, tersedia tidak kurang dari 20 Apotik dan Toko Obat Berizin yang beroperasi. Rata-rata membuka pelayanan kepada konsumen dari jam 8 pagi hingga jam 10 malam. 3 (lima) diantaranya, membuka apaotik bersamaan dengan praktik dokter. Oleh karena itu, persaingan apotik/toko obat, mulai makin terasa. Setiap apotik tentu bersaing untuk merebut pasar konsumennya.

2. Kajian Teoritis

2.1 Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler dan Keller 2012: 83).

Menurut Rangkuti (2009:116), pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas hal tersebut untuk memenuhi harapan konsumen.

Pelayanan konsumen dalam dunia jasa

menjadi sesuatu hal yang penting. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) memerlukan umpan balik untuk menilai kualitas layanannya. Swastha dan Irawan (2011:144) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan di antaranya:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik
- b. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan konsumen betah untuk berurusan dengan baik.
- c. Tersedianya personil yang baik
- d. Kenyaman konsumen juga sangat tergantung dari petugas CS (*Customer Service*) yang melayaninya. Petugas pelayanan harus ramah, sopan dan menarik.
- e. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai
- f. Konsumen akan merasa puas jika konsumen bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas pelayanan yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.
- g. Mampu melayani secara tepat dan cepat
- h. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
- i. Mampu berkomunikasi
- j. Petugas pelayanan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- k. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- l. Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia konsumen. Karena rahasia perusahaan merupakan taruhan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.
- m. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- n. Petugas pelayanan selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu
- o. Berusaha memahami kebutuhan konsumen
- p. Harus tanggap apa yang diinginkan konsumen. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen
- q. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen
- r. Kepercayaan calon konsumen kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga untuk

menjaga konsumen agar tidak beralih kepada perusahaan lain, maka perlu dijaga kepercayaannya.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008:354) adalah evaluasi purna beli terhadap alternatif yang dipilih yang memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan

Lupiyoadi dan Hamdani (2008:158) menyatakan, kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai persepsi pelanggan dimana harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha suatu perusahaan. Perusahaan harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama yang harus diperhitungkan dalam melakukan perencanaan usaha.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, berikut ini adalah pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2008:158), tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penentu kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya serta kemudahan mendapat produk.

- a. Kualitas produk, yaitu mengenai *performance* (kinerja produk), *reliability* (kehandalan produk), *conformance* (kesesuaian produk), *durability* (daya tahan produk), dan *feature* (ciri atau keistimewaan tambahan dari suatu produk).
- b. Kualitas pelayanan, yaitu faktor penentu kepuasan konsumen yang terdiri dari 5 dimensi pelayanan, yaitu: *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangible* (bukti fisik). fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat-alat komunikasi.
- c. Faktor emosional, konsumen tidak hanya akan merasa puas dengan kualitas produk, tetapi juga puas dan bangga jika mereka memperoleh merek yang dipakainya.
- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama namun harga relatif lebih rendah, akan lebih menimbulkan kepuasan pada konsumen.

- e. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, dengan biaya yang relatif lebih rendah dan lebih mudah mendapatkan produk, konsumen akan merasakan kepuasan terhadap produk tersebut.

3. Metodologi

3.1 Metode yang digunakan

Metode penelitian tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:25). "metode penelitian kuantitatif, dimana analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan dengan pendekatan analisis regresi sederhana, dengan tujuan ingin mengukur variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu pengaruh pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian dilakukan pada Apotek Bintang Timur, Desa Keude Matanggumpangdua, Kecamatan Peusangan, Kabupaten Bireuen, pada bulan Maret-April 2016.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

- a. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler dan Keller 2012: 83).
- b. Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008:354) adalah evaluasi purna beli terhadap alternatif yang dipilih yang memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan

3.3 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu. (Narimawati 2008:76).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang

mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono 2010: 80). Populasi penelitian ini adalah konsumen tetap pada Apotek Bintang Timur, dimana menurut pemilik usaha bahwa jumlah konsumen tetap (pelanggan) mencapai lebih kurang 110 orang.

Teknik sampel yang digunakan adalah *random sampling* anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan strata yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umar (2008:78), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e : Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Sehingga jumlah sampel ditetapkan sebesar 52 konsumen.

3.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian (Mardalis, 2009:48). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Bintang Timur Matangglumpangdua”.

3.6 Metode Analisis

Dalam analisis permasalahan, diguakan pendekatan analisis regresi linier sederhana adalah suatu teknik ketergantungan antara variabel dependen/terikat pada variabel independen/bebas (X), dalam bentuk persamaan $Y = a + bX + e$ (Arikunto,2010).

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X = Pelayanan

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

e = Tingkat Kesalahan/ error term

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas Kuesioner

Validitas yang diukur Variabel adalah untuk item pengukur variabel pelayanan, yang terdiri atas 10 item pertanyaan, dan variabel kepuasan, dengan 9 item pertanyaan berdasarkan konsep operasional variabel yang diteliti.

Maka hasil korelasi skor item dengan skor total variabel masing–masing membentuk ukuran korelasi dalam uji validitas isi kuesioner, yakni:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Aspek Ukur	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
Pelayanan (X)	P1	0,823	0,273	Valid
	P2	0,688	0,273	Valid
	P3	0,726	0,273	Valid
	P4	0,610	0,273	Valid
	P5	0,702	0,273	Valid
	P6	0,330	0,273	Valid
	P7	0,612	0,273	Valid
	P8	0,471	0,273	Valid
	P9	0,613	0,273	Valid
	P10	0,670	0,273	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	K1	0,761	0,273	Valid
	K2	0,750	0,273	Valid
	K3	0,721	0,273	Valid
	K4	0,702	0,273	Valid
	K5	0,695	0,273	Valid
	K6	0,351	0,273	Valid
	K7	0,370	0,273	Valid
	K8	0,563	0,273	Valid
	K9	0,728	0,273	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2016)

Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan pada kuesioner variabel X (pelayanan) dan Variabel Y (kepuasan Konsumen) telah valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data, dengan tingkat reliabilitas kuesioner, masing-masing adalah:

Tabel 2. Reabilitas Variabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas nilai Alpha	Keterangan
Pelayanan (X)	0,831	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,807	0,60	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPSS (2016)

4.2 Hasil Analisis Regresi

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS diperoleh hasil estimasi regresinya, yakni:

Tabel 3. Taksiran Koefisien Regresi dan Pengujiannya

Variabel	B	Standar Error	Sig
Konstanta	15.715	4.287	0.001
Pelayanan	.535	.112	0.000
Koef. korelasi (R)		0.559a	
Koef. determinasi (R ²)		0.312	

Sumber : Pengolahan Data SPSS (2016)

Dari tabel diatas diperoleh hasil akhir model persamaan estimasi regresi, yaitu:

$$Y = 15.715 + 0.535 X$$

Interpretasi dari model diatas menjelaskan bahwa:

1. Konstanta B sebesar 15.715. menunjukkan bahwa variabel independent dianggap konstan, maka Pelayanan mempunyai nilai 15.715
2. Koefisien regresi dari Pelayanan (X) sebesar 0.535 artinya terjadi perubahan pada Pelayanan sebesar 1 persen maka berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Y sebesar 0.53%
3. Koefisien korelasi (R) 0.559 menunjukkan derajat hubungan (korelasi) antara variabel terikat dengan variabel bebas sebesar 55,9% artinya Pelayanan (X) mempunyai hubungan dengan Kepuasan Konsumen (Y)
4. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0.312 artinya bahwa sebesar 31,2% perubahan yang terjadi pada variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas sedangkan selebihnya sebesar 68,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian

Pembuktian hasil analisis *output* diperoleh nilai t_{hitung} pada Pelayanan sebesar (4.761) dan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5% sebesar (1.674). Jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (3.666 > 1.674). Dengan tingkat signifikansi 0,02 (lebih kecil dari 5% maka hasil pengujian ini membuktikan terdapat pengaruh positif Pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

4.3 Pembahasan

Hasil pengujian regresi linier Sederhana menunjukkan adanya kontribusi atau penga-

ruh positif dari variabel Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada apotek Bintang Timur di Matangglumpang dua, dimana nilai koefisien regresi (X) sebesar 0,535 sehingga dapat diproyeksikan bahwa apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen semakin baik dan sesuai dengan harapan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,535 atau sama dengan 53,5%.

Hal yang tidak jauh berbeda juga yang diperoleh Aryani dan Rosinta (2010) dengan hasil penelitian lima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dengan dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibility*. Bandu (2013) juga memperoleh hasil persamaan regresi yakni *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dengan kasus pada Apotik Bintang Timur Matangglumpangdua, menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini telah dikomitmenkan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2008), bahwa penentu kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan mendapat produk.

Oleh karena itu bagi pengusaha Apotek ataupun pengelola usaha lainnya, perlu memberikan perhatian terhadap permintaan maupun keluhan para konsumen. Hal tersebut merupakan bagian dari pelayanan yang dianggap lebih mempengaruhi kepuasan konsumen

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aryani, Dwi dan Febrina, Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*.

- Bandu, Muh Yunus. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN Persero Rayon Makassar Barat*. Makassar: Univ. Hasanuddin.
- Ghozali, Imam. (2009). *Metode Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller, (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2, Cetakan keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Narimawati, Umi. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Ganesha.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer and Relationship Strategy*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Prinsip Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar, Husein. (2008). *Riset SumberDaya Manusia Dalam Organisasi, Cetakan kedelapan*. Jakarta: PT.Raja Gramedia Persada Utama.

Dr. M. Yusuf. S.Pdi., M.M

Lahir di Cot Trieng, tanggal 8 September 1972. Merupakan Dosen Tetap pada STIE Kebangsaan Bireuen-Aceh. Program Studi Manajemen.
Sarjana IAIN Ar-Raniry dan Unmuha Banda Aceh. Magister Manajemen (S-2) Unsyiah Banda Aceh. Dan Doktor Ilmu Manajemen, bidang SDM Universitas Pasundan Bandung.