

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Akibat kemajuan teknologi, manusia terus mengembangkan pemikiran yang matang dan mengambil keputusan tentang kehidupan, kebutuhan, dan keinginannya. Kemajuan teknologi juga memengaruhi kondisi mental ini. Industri perawatan kesehatan adalah salah satu bidang di mana kemajuan teknologi sedang berlangsung. Perusahaan dalam industri kesehatan sangat berperan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat di bidang kesehatan. Ini karena hubungan yang erat antara kehidupan dan kesehatan. Masyarakat dapat memperoleh obat-obatan yang dibutuhkan untuk pengobatan, pencegahan, dan pemeliharaan kesehatan dengan cara yang aman dan mudah melalui apotek.

Menurut (Putri, 2017) Apotek adalah sebuah pelayanan publik yang beroperasi di bidang kefarmasian, di mana apoteker berpraktik. Apotek memainkan peran penting dalam sistem pelayanan kesehatan di Indonesia. Fungsinya adalah sebagai tempat yang menyediakan pelayanan farmasi, termasuk melakukan peracikan, mengubah bentuk, mencampur, dan menyerahkan obat. Apoteker sendiri bertanggung jawab atas penyelenggaraan praktik kefarmasian dan terlibat dalam pembuatan sediaan farmasi. Tugas mereka meliputi pengendalian mutu dan keamanan dalam distribusi obat kepada masyarakat. Dengan kata lain, apotek berfungsi sebagai sarana distribusi obat dan alat kesehatan kepada masyarakat.

Banyaknya apotek juga berarti pelanggan mencari layanan farmasi terbaik. Kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan dari pelayanan medis ini. Sistem distribusi obat harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Layanan untuk penggunaan zat yang tepat dan efektif akan membantu meningkatkan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

Pengaruh masyarakat dalam memilih pelayanan kefarmasian yang lebih baik dan memuaskan juga semakin berkembang. Karena jumlah apotek di setiap daerah terus meningkat, seharusnya tidak sulit bagi orang untuk menemukannya saat ini. Dari tahun 2011 hingga 2021, berikut data jumlah apotek di Indonesia.



Gambar 1. 1 Jumlah Apotek di Indonesia Periode Tahun 2011-2021  
Sumber: Data Sekunder, 2023

Dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 tercatat bahwa Indonesia memiliki total 30.199 apotek. Dari jumlah tersebut, hanya 3.910 apotek yang memiliki kerja sama dengan BPJS Kesehatan. Jumlah apotek di Indonesia terus mengalami peningkatan sejalan dengan tren yang ada. Wilayah dengan jumlah apotek terbanyak adalah Jawa Barat, dengan total 4.874 unit pada tahun 2021. Diikuti oleh

Jawa Timur dengan 4.250 apotek, dan Jawa Tengah dengan 3.768 apotek. DKI Jakarta dan Banten memiliki masing-masing 2.055 dan 1.632 apotek. Tingkat kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2013, dengan peningkatan sebesar 19,81% dari 17.613 menjadi 21.103 unit.

Sedangkan menurut data yang di akses melalui <https://lumajangkab.go.id/fasum/index/kesehatan/apotek> terdapat 40 apotek yang terdaftar di Kabupaten Lumajang, tersebar di beberapa kecamatan seperti Pasirian, Pulo, Jatiroto, dan wilayah lainnya. Penting untuk dicatat bahwa jumlah apotek yang tersedia tidak selalu menjamin kualitas pelayanannya, meskipun setiap apoteker diharuskan mematuhi peraturan terkait pelayanan yang diberikan. Ada kemungkinan persepsi beberapa apoteker tentang tingkat pelayanan masyarakat tidak akurat. Namun, semakin baik bantuan yang diberikan kepada klien, maka tingkat loyalitas konsumen juga dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator kualitas produk dan layanan. Kepuasan pelanggan, yang merupakan penilaian kepuasan dan harapan pelanggan, dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Zakaria & Suwitho (2017) hal ini dapat berdampak pada pengalaman pelanggan saat membeli dan menggunakan produk dan layanan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, manajemen, dan harga yang diiklankan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan produk atau layanan dipengaruhi oleh faktor-faktor ini (Faisol, 2022). Jasa adalah kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Intinya, layanan tidak relevan dan tidak ada hubungannya dengan memilih produk fisik atau membuatnya. Produk fisik mungkin atau mungkin tidak

terkait dengan layanan ini. Pelayanan yang berkualitas adalah usaha untuk memuaskan persyaratan dan kebutuhan pelanggan melalui penyampaian yang wajar. Ini termasuk mencoba mencapai keseimbangan antara apa yang sebenarnya diterima pelanggan dan apa yang mereka harapkan (Tjiptono, 2014).

Dalam bidang kefarmasian, terdapat peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh Menteri terkait. Ini mencakup regulasi dan pedoman yang mengatur berbagai aspek dalam kefarmasian, termasuk standar pelayanan kefarmasian. Semua hal yang terkait dengan kefarmasian harus diatur, ditetapkan, dan diterapkan dengan baik, termasuk dalam pemilihan obat, peracikan obat, dan penjualan alat kesehatan.

Pedoman mengenai aturan dan ketentuan kefarmasian dijelaskan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 pasal 1

ayat 2. Isinya menyatakan bahwa "Pedoman pelayanan kefarmasian digunakan sebagai patokan bagi tenaga kefarmasian dalam melaksanakan tugas-tugas mereka di bidang kefarmasian". Tugas ini mencakup tanggung jawab tenaga kefarmasian

terhadap pasien, terutama dalam hal ketersediaan obat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan mencapai hasil yang pasti dalam perawatan pasien.

Apoteker dapat memberikan pelayanan prima kepada pelanggan atau pasien dengan mematuhi peraturan tersebut, yang akan menguntungkan apotek.

Menurut Arifa et al. (2018) harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan seseorang, selain kualitas pelayanan. Jumlah yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa dikenal sebagai harga. Harga juga menjadi pertimbangan sebagian orang dalam proses pembelian. Harga merupakan nilai yang ditawarkan dalam sebuah produk dan berfungsi sebagai alat pertukaran untuk

memperoleh produk yang diinginkan dengan menggunakan uang sebagai nilai tukarnya. Semakin banyak manfaat yang dapat diperoleh dari suatu produk yang digunakan, semakin besar kemungkinan harga akan meningkat pula.

Harga juga merupakan atribut penting dalam evaluasi konsumen dan dapat digunakan sebagai dasar penilaian bagi seorang manajer bisnis. Hasil dari evaluasi ini akan mempengaruhi keputusan dan sikap konsumen terhadap produk yang digunakan serta terhadap perusahaan yang memproduksi dan menjual produk tersebut. Misalnya, seorang pelanggan akan senang dengan suatu produk jika harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diberikannya (Handoko, 2016). Namun, dalam situasi yang berbeda, beberapa masyarakat tidak terlalu memprioritaskan harga suatu produk, melainkan lebih fokus pada pemenuhan keinginan mereka. Meskipun dengan harga yang tinggi, mereka masih dapat merasakan kepuasan dengan terpenuhinya keinginan tersebut.

Menurut Maimunah (2020) Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, atau "kepuasan konsumen", ditentukan oleh seberapa baik suatu produk atau layanan memenuhi harapan mereka. Dalam skenario ini, Jika produk atau layanan yang ditawarkan berkinerja lebih baik dari yang diantisipasi, pelanggan akan senang. Sebaliknya, pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja atau hasil tidak sesuai dengan harapan. Ini juga berlaku saat membeli produk. Jika seorang pelanggan mengharapkan apotek dapat menyediakan jenis obat yang dibutuhkan dengan mudah, dengan harga yang wajar, dan memberikan pelayanan yang nyaman, maka pelanggan akan merasakan kepuasan yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan selanjutnya. Terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen,

antara lain: kesesuaian antara hasil yang diperoleh dengan harapan yang ada, keinginan untuk mengunjungi kembali, dan kesiapan untuk merekomendasikan kepada orang lain dengan sukarela.

Pelanggan setia adalah mereka yang secara sukarela merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. Loyalitas adalah bentuk komitmen yang mendalam dari pelanggan terhadap keputusan untuk membeli ulang produk tersebut. Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui indikator berikut: pertama, pelanggan tetap setia dalam membeli produk yang sama secara berulang; kedua, meskipun ada masalah yang mencerminkan citra negatif perusahaan yang menjual produk, hal tersebut tidak akan mengubah keputusan pelanggan untuk tetap membeli produk tersebut; dan ketiga, pelanggan akan selalu memberikan referensi yang positif tentang keberadaan perusahaan (Maimunah, 2020).

Kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan adalah faktor penting dalam memilih jasa. Kualitas pelayanan mencakup responsifitas, kecepatan, dan keakuratan. Harga yang wajar juga menjadi pertimbangan konsumen. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan terpenuhi, sementara loyalitas pelanggan mengacu pada komitmen jangka panjang terhadap perusahaan. Memahami dan memenuhi preferensi konsumen adalah kunci sukses perusahaan (Rosita et al., 2021). Kualitas pelayanan merupakan strategi yang digunakan oleh pengusaha untuk menarik perhatian dari konsumen dengan memberikan pelayanan baik agar pelanggan dapat loyal terhadap perusahaan. Pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya dan akan merasa nyaman jika seorang pekerja memberikan pelayanan yang prima.

Kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan akan menjadi pertimbangan penting bagi mereka untuk terus datang ke tempat yang sama dan menjadi loyal terhadap toko atau perusahaan tersebut. Selain pelayanan, Sebelum melakukan pembelian, orang juga harus memikirkan harganya. Harga adalah nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dari produsen atau pemasar. Harga suatu produk adalah nilai yang ditawarkan untuk menjual produk, baik itu barang maupun jasa (sumber: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>). Jika pelanggan merasa mendapatkan penawaran dengan harga yang baik menurutnya, hal itu akan memberikan kepuasan bagi pelanggan tersebut. Hal ini juga dapat membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk, serta bisnis yang menjualnya serta produk dan layanan yang ditawarkannya.

Kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan dari para pekerja, serta harga yang sesuai dengan harapan dan penawaran yang diinginkan oleh pelanggan, akan membawa kepuasan tersendiri bagi konsumen dan pelanggan. Orang yang senang cenderung membeli lagi (Hidayati et al., n.d.). Agar bisnis dapat bersaing secara efektif dan membangun reputasi kualitas yang kokoh di antara konsumen, loyalitas pelanggan sangatlah penting. Keandalan klien adalah kunci utama dalam latihan bisnis saat ini. Keterkaitan antara kesetiaan konsumen dan kepercayaan pelanggan terletak pada alasan bahwa melalui pembelian, pelanggan dapat menunjukkan kesetiaan mereka pada produk dan tempat penjualan.

Penelitian Maimunah (2020) menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Ini berarti bahwa pelanggan lebih

cenderung bertahan dengan perusahaan atau merek jika mereka menerima layanan berkualitas tinggi. Studi ini juga sampai pada kesimpulan bahwa harga memiliki dampak negatif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung tidak akan tetap setia pada suatu merek atau perusahaan jika harga tinggi yang dirasakan lebih tinggi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan strategi harga yang sesuai agar tidak mempengaruhi negatif loyalitas konsumen. Namun, penting untuk dicatat bahwa kesimpulan tersebut didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2020) dan dapat bervariasi tergantung pada konteks, industri, dan karakteristik konsumen yang berbeda.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Trianah et al. (2017) Loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung mempertahankan kesetiaan terhadap perusahaan atau merek jika mereka mengalami kualitas produk yang tinggi dan menerima pelayanan yang memuaskan. Menurut penelitian Marina et al. (2014) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, pelanggan yang senang dengan kualitas layanan yang mereka terima lebih cenderung berbisnis dengan perusahaan untuk waktu yang lama dan membeli dari mereka lagi. Kedua studi ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan. Kualitas produk yang baik dan pelayanan yang memuaskan dapat menciptakan

pengalaman positif bagi konsumen, meningkatkan kepercayaan, dan membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumen.

Menurut penelitian Herrin & Mashariono (2019) Harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, pelanggan lebih cenderung bertahan dengan Apotek Nindya Surabaya jika mendapatkan pelayanan yang baik, membayar harga yang wajar, dan bisa sampai dengan mudah. Pentingnya aspek-aspek ini dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan ditekankan dalam penelitian ini. Pelanggan dapat memiliki pengalaman positif dengan layanan berkualitas tinggi, sementara harga yang wajar dan lokasi yang strategis dapat memberikan nilai tambah dan kemudahan akses bagi pelanggan. Membangun kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas di antara pelanggan dimungkinkan oleh semua faktor ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa & Mayliza (2019) menyoroti fakta bahwa loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap proses kepuasan. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang seimbang dapat berkontribusi pada kesetiaan pelanggan untuk kepentingan bisnis atau individu yang bersangkutan. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Faisol et al., n.d.) menunjukkan bahwa terdapat indikator kualitas terkait loyalitas yang signifikan. Dalam hal ini kualitas produk dan harga tidak dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pendidikan.

Kedua penelitian ini memberikan pemahaman yang relevan terkait pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun ada perbedaan dalam hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga, namun

kualitas pelayanan tetap menjadi faktor penting yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dalam konteks Apotek Pondok Sehat Lumajang, hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh positif kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya. Penelitian yang sedang dilakukan memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yang dapat menghasilkan temuan yang berbeda pula. Terdapat beberapa perbedaan yang dapat diidentifikasi antara penelitian yang disebutkan dan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut meliputi:

- 1) Lokasi Penelitian: Penelitian ini dilakukan di Apotek Pondok Sehat Lumajang, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Apotek Nindya Surabaya. Lokasi penelitian yang berbeda dapat mempengaruhi konteks lokal dan karakteristik pelanggan yang terlibat dalam penelitian.
- 2) Responden: Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang, sedangkan penelitian sebelumnya mungkin melibatkan responden dari Apotek Nindya Surabaya. Perbedaan responden dapat menghasilkan variasi dalam preferensi, perilaku, dan persepsi pelanggan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.
- 3) Subjek Penelitian: Penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Pondok Sehat Lumajang, sedangkan penelitian sebelumnya mungkin memiliki fokus subjek penelitian yang berbeda. Perbedaan subjek penelitian dapat menghasilkan temuan yang spesifik untuk konteks dan industri yang diteliti.
- 4) Komposisi Variabel: Untuk menguji hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan, harga, dan kepuasan, penelitian ini mungkin menggunakan campuran variabel yang berbeda. Perbedaan dalam

penggunaan variabel dan konstruk penelitian dapat mempengaruhi temuan dan kesimpulan yang dihasilkan.

Dengan berfokus pada perbedaan tersebut, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan informasi spesifik mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Pondok Sehat Lumajang. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian di Apotek Pondok Sehat Lumajang karena jumlah pelanggan yang sangat banyak, seperti yang terlihat dari panjangnya antrian pelanggan di apotek tersebut. Terlepas dari kenyataan bahwa mereka harus mengantri, pelanggan memutuskan untuk membeli obat di Apotek Pondok Sehat Lumajang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Apotek Pondok Sehat Lumajang."**

## **1.2 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah perlu dilakukan untuk memudahkan proses penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman dan menarik perhatian terhadap ruang lingkup penelitian. Berikut adalah batasan masalah dari penelitian ini:

- a. Penelitian ini terfokus pada bidang manajemen pemasaran, dengan fokus pada kualitas produk, harga, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- b. Responden yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari landasan dan kendala permasalahan yang telah dikemukakan, maka dapat dibentuk beberapa permasalahan kajian sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Pondok Sehat Lumajang terhadap loyalitas pelanggan?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara harga produk yang ditawarkan oleh Apotek Pondok Sehat Lumajang terhadap loyalitas pelanggan?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan dari penelitian ini yang berdasar pada rumusan masalah di atas, yaitu:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang

### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Dengan memperluas pengetahuan kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi praktisi dan peneliti dalam mengembangkan strategi pemasaran yang

efektif. Dengan menggali lebih dalam mengenai pengaruh variabel-variabel ini, di bidang manajemen pemasaran, penelitian ini berpotensi untuk meningkatkan pemahaman teoritis. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk pengembangan teori lebih lanjut dan kontribusi untuk pengetahuan akademik lapangan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini akan menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. Selain itu, penelitian ini juga akan menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait kualitas layanan, harga, dan kepuasan yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis agar menggunakan informasi dan referensi yang diberikan oleh penelitian ini sebagai referensi. Baik temuan maupun metode yang digunakan dapat digunakan sebagai landasan untuk penelitian tambahan.

3) Bagi Konsumen

Diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan informasi kepada konsumen yang akan membantu dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mereka terhadap suatu produk atau bisnis.

Temuan penelitian ini dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

4) Bagi Apotek Pondok Sehat Lumajang

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan Apotek Pondok Sehat Lumajang dapat memperoleh informasi yang berharga terkait kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi loyalitas mereka. Pengetahuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam bertransaksi di apotek tersebut.

