

PENGARUH KUALITAS OBAT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI APOTEK DELA SEMARANG

Siti Munisih*, F. X. Sulistiyanto W. S.

Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi "Yayasan Pharmasi Semarang"

Jl. Letnan Jendral Sarwo Edie Wibowo Km. 1,

Plamongansari, Pucanggading, Semarang

*email: sitimunisih@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian tentang pengaruh kualitas obat terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di apotek Dela Semarang, bertujuan untuk : menganalisis pengaruh kualitas obat terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh kualitas obat terhadap loyalitas pelanggan, dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner sebanyak 120 responden yang membeli obat di apotek Dela Semarang lebih dari 2 (dua) kali. Analisis data menggunakan statistika dengan bantuan program *software* IBM SPSS 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas obat yang meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat, kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana kualitas obat yang meningkat maka loyalitas pelanggan juga meningkat, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana kepuasan pelanggan yang meningkat maka loyalitas pelanggan juga meningkat.

Kata kunci : kualitas obat, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 244/MenKes/SK/V/1990, menyebutkan bahwa apotek merupakan suatu tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran perbekalan farmasi kepada masyarakat. Tugas dan fungsi apotek adalah sebagai tempat pengabdian profesi apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan, sarana farmasi untuk melaksanakan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran dan penyerahan obat atau bahan obat, dan sarana penyaluran perbekalan farmasi dalam menyebarkan obat yang diperlukan masyarakat secara luas dan merata. Seorang Apoteker adalah mereka yang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku berhak melakukan

pekerjaan kefarmasian di Indonesia sebagai apoteker (Undang-undang Kesehatan, 1992: 243).

Di apotek selain mutu pelayanan yang baik, ada tuntutan masyarakat terhadap kualitas obat yang baik, pihak apotek harus memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat. Kualitas obat di apotek yang baik menyebabkan pelanggan apotek akan merasa senang dan akan kembali lagi ke apotek.

Perkembangan apotek di Semarang terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan banyaknya lulusan apoteker dari perguruan tinggi yang ada di Semarang. Dengan semakin meningkatnya jumlah apotek di Semarang maka kompetisi atau persaingan dunia

perdagangan semakin terasa, dimana perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi saat ini. Hal ini yang mendorong terjadinya persaingan diantara apotek-apotek tersebut. Apotek-apotek bersaing dengan cara memberikan kualitas obat yang baik untuk merebut pelanggan. Apotek Dela di Semarang dipilih sebagai tempat penelitian, karena lokasi apotek strategi, di jalan raya yang ramai lalu lintas, dekat perumahan dan perkampungan tempat tinggal yang padat.

Kualitas obat merupakan fokus utama dalam industri farmasi. Kualitas obat di apotek antara obat generik dan obat paten ternyata berbeda dan harga obatnya juga berbeda meskipun khasiat obat sama. Menurut Kotler *and* Keller (2013: 153), konsep utama yang menjadi pedoman penjual adalah konsep produk (*product concept*), bahwa pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas terbaik, kinerja terbaik dan bersifat paling inovatif.

Suatu produk di apotek dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata pelanggan apabila mampu memberikan kualitas dan manfaat yang maksimal dan pengorbanan yang seminimal mungkin. Kualitas obat yang baik merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki oleh pelanggan, sehingga menyebabkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan saja tidak cukup, karena pelanggan puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk, relatif terhadap harapan pembeli. Seorang pelanggan dapat saja mengalami berbagai derajat kepuasan.

Setiap apotek berusaha menarik minat pelanggan agar kemudian menjadi pelanggan yang loyal. Untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan diawali dengan menuntut karyawan apotek bekerja

loyal dan tanggung jawab atas pekerjaannya. Hal ini yang dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan. Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran dapat dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan (Siregar, 2004). Menurut Caruana (2002), loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting untuk pengulangan pembelian pada pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat mengakibatkan tumbuhnya keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Jika pelanggan menilai apotek mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan maka pelanggan akan puas dengan produk obat yang ditawarkan. Kondisi yang seperti ini akan menciptakan hubungan atau ikatan emosional antara pelanggan dengan apotek. Hubungan emosional ini yang disebut dengan loyalitas pelanggan terhadap suatu apotek.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah kualitas obat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Dela Semarang?, (2) Apakah kualitas obat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Dela Semarang?, (3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Dela Semarang?.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Kualitas Obat

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler *and* Keller, 2013: 153).

Kualitas obat merupakan pemahaman bahwa obat yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas dan membandingkan dengan yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Menurut Hidayat (2009), kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang

kompleks. Kualitas obat merupakan fokus utama dalam perusahaan farmasi, salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas obat dari pesaing. Kualitas obat merupakan suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu obat tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler and Keller, 2013: 150). Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli.

Menurut penelitian Teja (2011), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi suatu produk.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. (Aryani dan Rosinta, 2010).

Loyalitas Pelanggan

Pada umumnya perusahaan memakai ukuran kepuasan pelanggan sebagai standar untuk memantau loyalitas pelanggan. Kepuasan saja tidak akan menciptakan loyalitas pelanggan tanpa ada kepercayaan. Perusahaan sering terjebak pada asumsi bahwa kepuasan pelanggan yang paling penting untuk diperhatikan karena kepuasan pelanggan akan diikuti oleh pembelian ulang yang pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Praktisi pemasaran sebaiknya

perlu mempelajari dan memahami berbagai faktor yang mampu mendorong terbangunnya loyalitas pelanggan, tidak hanya semata-mata kepuasan pelanggan (Ishak dan Luthfi, 2011).

Pengaruh Hubungan antara Kualitas Obat terhadap Kepuasan Pelanggan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas obat. Menurut Payne dalam Hidayat (2009), memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Pelanggan membeli obat untuk menyelesaikan masalah dan pelanggan memberikan nilai. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas obat didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas obat menyebabkan pelanggan merasa puas dengan obat tersebut.

Hasil studi ini mendukung dan membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas obat dan kepuasan pelanggan untuk digunakan studi di apotek.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis 1 sebagai berikut:

H₁: Kualitas Obat berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Hubungan antara Kualitas Obat terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas suatu obat yang diberikan perusahaan maka pelanggan semakin merasa loyal terhadap produk obat tersebut. Kualitas dimaksudkan untuk memberikan keuntungan kepada pelanggan. Keuntungan

Hasil studi ini mendukung dan membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas obat dan loyalitas pelanggan untuk digunakan studi di apotek.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis 2 sebagai berikut:
 H_2 : Kualitas Obat berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

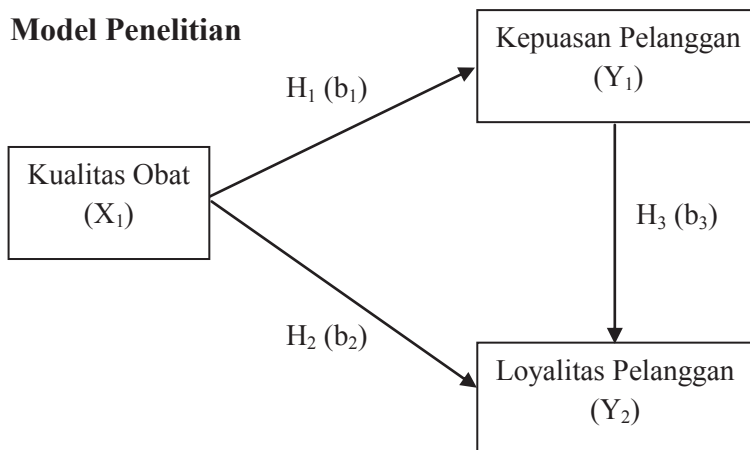
Menurut hasil penelitian Normasari, Kamadji dan Kusumawati (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di hotel pelangi Malang. Hal ini juga dapat mendukung terciptanya loyalitas pelanggan untuk membeli obat di

apotek. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatnya efektifitas iklan, dan meningkatnya reputasi bisnis.

Hasil studi ini mendukung dan membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan untuk digunakan studi di apotek.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis 3 sebagai berikut:
 H_3 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan dan loyalitas pelanggan apotek yang dipengaruhi oleh kualitas obat, dengan melakukan survei terhadap pelanggan di apotek Dela Jl. Jangli Perbalan no.3 Semarang.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang datang ke apotek Dela Semarang

untuk membeli obat lebih dari 2 (dua) kali. Besar sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan jumlah sampel minimum untuk dapat dilakukan analisis dengan rumus (Lwanga Lemeshow S. dalam Harianto dkk, 2005):

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2 p (1 - p)}{d^2}$$

dimana:

- n = jumlah sampel minimal
- $Z_{1-\alpha/2}$ = derajat kemaknaan
- p = proporsi pelanggan
- d = tingkat presisi/deviasi

Dengan menetapkan $Z = 1,96$; $p = 0,5$; dan $d = 0,1$ didapat jumlah sampel minimal

sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, sampel yang diambil berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang membeli obat ke apotek Dela Semarang lebih dari 2 (dua) kali.

Variabel Penelitian

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas obat di apotek Dela Semarang.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di apotek Dela Semarang.

Indikator kualitas obat meliputi: (1)Harapan, (2)Keistimewaan, (3)Kemampuan, (4)Kesesuaian, dan (5)Kesan; indikator kepuasan pelanggan meliputi : (1)Kepuasan keseluruhan, (2)Kepuasan harapan, dan (3)Perbandingan ideal; indikator loyalitas pelanggan meliputi : (1)Kepercayaan, (2)Komitmen, (3)Biaya beralih, (4)Memberitahu, dan (5)Kerjasama.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden atau pelanggan yang membeli obat ke apotek Dela Semarang lebih dari 2 (dua) kali.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui teknik survei atau kuesioner dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan kepada responden. Dengan metode ini peneliti dapat memperoleh informasi secara langsung dari responden.

Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah setiap item pernyataan di dalam kuesioner telah sah atau tidak. Alat yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus $> 0,50$ untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2011:58).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya untuk melakukan pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *alpha* (α) atau *cronbach alpha*, dimana dikatakan reliabel jika nilai koefisien lebih dari 0,6 menunjukkan tidak adanya interval konsistensi (Ghozali, 2006: 46).

Metode Analisis Data

Analisis deskriptif merupakan analisis yang mendeskripsikan hasil penelitian di lapangan, terutama yang berkaitan dengan responden.

Dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi linear berganda untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Hubungan antar variabel dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y_1 &= a_1 + b_1 \cdot X_1 + e_1 \\ Y_2 &= a_2 + b_2 \cdot X_1 + e_2 \\ Y_2 &= a_3 + b_3 \cdot Y_1 + e_3 \end{aligned}$$

Dimana :

Y_1	=	Kepuasan pelanggan
Y_2	=	Loyalitas pelanggan
X_1	=	Kualitas obat
a_1, a_2, a_3	=	Konstanta
b_1, b_2, b_3	=	Koefisien regresi
e_1, e_2, e_3	=	<i>Error</i> (variabel pengganggu)

Analisis persamaan regresi berganda dan pengujian hipotesis dilakukan dengan

menggunakan Program IBM SPSS 19. Hasil persamaan regresi berganda tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan uji F dan uji t-test.

Uji Fit Model

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97).

Uji F (uji signifikansi simultan) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t-test)

Uji t-test (uji signifikansi parameter individual) dilakukan untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel independen (X_1) terhadap variabel dependen (Y_1 dan Y_2).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Responden

Hasil analisis data deskriptif responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari 120 responden yang terbanyak berumur 51 - 60 tahun sejumlah 38 (31,7%) dan terendah berumur 10 - 20 tahun sejumlah 5 (4,2%). Berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan laki-laki lebih banyak daripada wanita. Persentase terbanyak berdasarkan pendidikan terakhir responden adalah lulusan SMA yaitu 49,2%, sedangkan terendah lulusan S1/S2/S3 sebanyak 2,5%. Berdasarkan pekerjaan responden, yang terbanyak adalah wiraswasta 55,8% dan terkecil masih sebagai mahasiswa sebanyak 1,7% dan berdasarkan penghasilan responden, terbanyak berpenghasilan kurang dari dua

juta rupiah yaitu 70,0% dan responden yang tidak berpenghasilan sebanyak 2,5%.

Deskriptif Variabel

Hasil analisis data deskriptif variabel terhadap kualitas obat menunjukkan bahwa responden rata-rata memberikan jawaban setuju dari lima pernyataan yang diberikan. Jawaban responden tertinggi pada pernyataan kedua dengan rata-rata 3,8917 dan yang terendah pernyataan keempat dengan rata-rata 3,6500. Namun secara keseluruhan rata-ratanya antara 3,6500-3,8917 mendekati 4, artinya responden cenderung setuju dengan kualitas obat. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan kualitas obat yang dibeli dari apotek Dela.

Pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa responden rata-rata memberikan jawaban setuju dari tiga pernyataan yang diberikan. Rata-rata jawaban tertinggi adalah pernyataan pertama dengan rata-rata 3,9667 dan yang terendah pernyataan ketiga dengan rata-rata 3,7583. Namun secara keseluruhan rata-ratanya antara 3,9667 - 3,7583 mendekati 4, artinya responden cenderung setuju dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan membeli obat di apotek Dela.

Sedangkan untuk variabel loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa responden rata-rata memberikan jawaban setuju dari lima pernyataan yang diberikan. Rata-rata jawaban tertinggi pada pernyataan kelima dengan rata-rata 3,8583 dan yang terendah pernyataan kedua dengan rata-rata 3,6667. Namun secara keseluruhan rata-ratanya antara 3,8583 - 3,6667 mendekati 4, artinya responden cenderung setuju dengan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya dan akan kembali untuk membeli obat di apotek Dela.

Analisis Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas obat, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada penelitian ini memenuhi syarat. Hasil pengujian dari variabel kualitas obat diperoleh nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 0,54; kepuasan pelanggan 0,568; dan loyalitas

pelanggan 0,522 semuanya lebih dari 0,50 dan *loading factor* lebih dari 0,4. Sedangkan hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas obat reliabel diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,646; kepuasan pelanggan 0,664; dan loyalitas pelanggan 0,708 yang lebih dari 0,60

Analisis Regresi Linear Berganda Uji Model 1

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,464 ^a	0,216	0,209	0,38171

a. Predictors: (Constant), Kualitas Obat

Berdasarkan tabel 1, dapat dijelaskan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dalam perhitungan sebesar 0,209 atau 20,90%. Angka tersebut

mempunyai arti bahwa pengaruh kualitas obat adalah 20,90% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 79,10% dijelaskan oleh pengaruh faktor lainnya.

Tabel 2. Hasil Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Signifikansi
Regression	4.725	1	4.725	32.431	0,000 ^a
Residual	17.193	118	0.146		
Total	21.919	119			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Obat

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji anova, nilai F = 32,431 dengan tingkat signifikansi 0,000. Probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai **Uji Model 2**

untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau bisa dikatakan bahwa kualitas obat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan apotek Dela.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,396 ^a	0,157	0,150	0,44286

a. Predictors: (Constant), Kualitas Obat

Berdasarkan table 3, dapat dijelaskan bahwa besarnya angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dalam perhitungan sebesar 0,150 atau 15%. Angka tersebut mempunyai arti bahwa

pengaruh kualitas obat terhadap loyalitas pelanggan adalah 15%, sedangkan sisanya 85% dijelaskan oleh pengaruh faktor lainnya.

Tabel 4. Hasil Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Signifikansi
Regression	4.300	1	4.300	21.926	0,000 ^a
Residual	23.143	118	0.196		
Total	27.444	119			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Obat

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji anova, nilai F = 21,926 dengan tingkat signifikansi 0,000. Probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai

untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau bisa dikatakan bahwa kualitas obat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan apotek Dela.

Uji Model 3

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,408 ^a	0,167	0,160	0,44024

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 5, dapat dijelaskan bahwa besarnya angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dalam perhitungan sebesar 0,160 atau 16%. Angka tersebut mempunyai arti bahwa

pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 16%, sedangkan sisanya 84% dijelaskan oleh pengaruh faktor lainnya

Tabel 6. Hasil Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Signifikansi
Regression	4.573	1	4.573	23.597	0,000 ^a
Residual	22.870	118	0.194		
Total	27.444	119			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji anova, nilai F = 23,597 dengan tingkat signifikansi 0,000. Probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai

untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau bisa dikatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan apotek Dela.

Uji Hipotesis

Berdasarkan pada hasil perhitungan, uji hipotesis pertama menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga hipotesis pertama diterima. Hal

ini menunjukkan bahwa kualitas obat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan apotek Dela.

Tabel 7. Hasil Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.865	.341		5.472	.000
Kualitas Obat	.512	.090	.464	5.695	.000

a. Dependent variable : Kepuasan Pelanggan

Koefisien regresi variabel kualitas obat sebesar 0,464 artinya bahwa semakin besar atau baik kualitas obat, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan apotek Dela. Berdasarkan persamaan regresi

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas obat yang ada di apotek Dela.

Berdasarkan pada hasil perhitungan, uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas obat berpengaruh terhadap

loyalitas pelanggan dengan angka signifikansinya sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini berarti ada hubungan linier antara variabel

kualitas obat dengan loyalitas pelanggan. Jadi kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 8. Hasil Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.022	.396		5.111	.000
Kualitas Obat	.488	.104	.396	4.683	.000

a. Dependent variable : Loyalitas Pelanggan

Koefisien regresi variabel kualitas obat sebesar 0,396 artinya bahwa semakin besar atau baik kualitas obat, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas obat.

Berdasarkan pada hasil perhitungan, uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan angka signifikansinya sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini berarti ada hubungan linier antara variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Jadi kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Simpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas obat terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di apotek Dela Semarang, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas obat yang meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat, kualitas obat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana kualitas obat yang meningkat maka loyalitas pelanggan juga meningkat, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana kepuasan pelanggan yang meningkat maka

loyalitas pelanggan juga meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. dan Febrina R. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Beerli, A., Martin, J.D. and Quintana, A. 2004. A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianto, Nana K., dan Sudibyo S.. 2005. Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Resep di Apotek Kopkar Rumah Sakit Budhi Asih Jakarta. *Majalah Ilmu Kefarmasian*. Vol. II. No.1.
- Hidayat, R. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 11. No. 1. Teknik Industri. Madura: Universitas Trunojoyo.
- <http://telpon.info/apotik/semarang/page-11.html>.
- Ishak, A. dan Zhafiri L. 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*. Fakultas Ekonomi.

- Yogyakarta:Universitas Islam Indonesia.
- Kotler, P. and Kevin L. K. 2013. *Marketing Management*. Fourteenth edition. England: Pearson Education Limited.
- Normasari, S., Srikandi K. dan Andriani K. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Siregar, S.P. 2004. Analisis Kepuasan Para Anggota terhadap Program Loyalitas Astraworld. *Tesis*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Undang-undang Kesehatan Republik Indonesia. 1992. Memuat Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 244/MenKes/SK/V/1990. Jakarta: PT. Saptamitra Widyadinamika.