

Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso

The Effect of Facilities, Service Quality, and Completeness of the Product on Customer Satisfaction Apotek K-24 Bondowoso

Ela Septianti Novita

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember

Jln. Karimata 49, Jember 68121

E-mail: elanovita0999@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan Apotek k-24 Bondowoso. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek k-24 Bondowoso. Pemilihan sampel menggunakan purposive sampling. Yaitu 100 responden yang layak digunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (ujivaliditas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji T, koefisien determinasi). Hasil pengujian fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek K-24 Bondowoso.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, fasilitas, kualitas pelayanan, kelengkapan produk

Abstract

This study aims to examine the effect of facilities, service quality, and completeness of the product on customer satisfaction Apotek k-24 Bondowoso. Population in this research is all customer of Apotek k-24 Bondowoso. Sample selection using purposive sampling. That is 100 respondents worthy of use in this study. Analytical techniques used include instrumentation test (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, klasik assumption test (normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test), and hypothesis test (F test, T test, coefficient of determination). The results of facility testing, service quality, and completeness of the product have a positive effect on customer satisfaction Apotek K-24 Bondowoso.

Keyword: customer satisfaction, facilities, service quality, product completeness

Pendahuluan

Di era globalisasi seperti ini banyak para produsen berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas usahanya agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Ma'rif (2005:24) mengemukakan, adanya globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatkan permintaan barang dan jasa ritel. Karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai

sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menjaring konsumen (Mulyani, 2009:100). Menurut Tjiptono (2007) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan Raharjani (2005:6) mengemukakan keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas

dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Pelayanan farmasi merupakan salah satu pelayanan kesehatan di Indonesia yang dituntut berubah orientasi dari *drug oriented* menjadi *patient oriented*. Kegiatan pelayanan farmasi yang semula berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditi harus diubah menjadi pelayanan yang komprehensif dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. Kesembuhan pasien sebesar 25% diharapkan diperoleh dari kenyamanan serta baiknya pelayanan apotek, sedangkan 75% berasal dari obat yang digunakan pasien (Handayani dkk, 2009). Salah satu kenyamanan yang diharapkan oleh pelanggan yang datang ke Apotek adalah fasilitas yang tersedia di Apotek tersebut.

Hal ini telah dilakukan oleh salah satu perusahaan franchise terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang farmasi, yaitu Apotek K-24. Apotek K-24 didirikan oleh dr. Gideon Hartono pada tanggal 24 Oktober 2002 di Yogyakarta, K-24 sendiri adalah kependekan dari komplet 24 jam. Komplet dalam artian komplet obatnya dan buka 24 jam sehari sepanjang tahun, gerai pertama didirikan di Jl. Magelang mendapat sambutan yang luar biasa sehingga didirikan gerai berikutnya pada tanggal 24 Maret 2003 di Jl. Gejayan dan tanggal 24 Agustus 2003 gerai ke tiga didirikan di Jl. Kaliurang dan pada tahun 2004 apotek k-24 membuka gerai ketiga di Jl. Gondomanan dan gerai keempat di dirikan di Kota Semarang di Jl. Gajah Mada Pada tanggal 6 April 2005 Apotek K-24 mendapat penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai "Apotek Jaringan Pertama di Indonesia Yang Buka 24 jam Non Stop Setiap Hari". Karena keberhasilannya akhirnya pada tahun 2005 apotek K-24 mulai di waralabakan dan pada ulang tahunnya yang ke 3 (tiga) Apotek K-24 membuka secara serentak 7 gerai baru, 4 gerai berlokasi di Surabaya, 2 gerai di Yogyakarta dan 1 gerai di Semarang, bersamaan pula MURI memberikan penghargaan kembali yaitu untuk "apotek asli Indonesia yang pertama diwaralabakan", dan "pembukaan gerai apotek terbanyak".

Apotek K-24 merupakan salah satu apotek franchise terbesar di Indonesia. Dalam waktu 14 tahun ini, Apotek K-24 telah hadir lebih dari 300 gerai yang tersebar dari Sumatra hingga Papua. Dari 35 provinsi yang ada di Indonesia, Apotek K-24 telah membuka gerai sebanyak di 23 provinsi, dan Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki gerai terbanyak. Melihat keberhasilan Apotek K-24 sebagai salah satu Apotek franchise terbesar di Indonesia peneliti tertarik untuk dapat meneliti salah satu gerai Apotek K-24 yang ada di Bondowoso.

Pada tanggal 8 Maret 2008 Apotek K-24 Bondowoso resmi dibuka. Dengan maksud memberikan kemudahan pada masyarakat Bondowoso khususnya, maupun para pendatang (wisatawan, para salesman, para investor dan lain-lain) umumnya yang ada di kabupaten Bondowoso dalam penyediaan obat pada jam-jam malam. Salah satu kelebihan Apotek K-24 Bondowoso adalah menyediakan layanan pemeriksaan cek gula darah, asam urat, dan kolestrol.

Pelayanan yang diberikan oleh Apotek K-24

tersebut, merupakan salah satu strategi dalam mencapai kepuasan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Sehingga adanya fasilitas yang nyaman, kualitas pelayanan yang baik dan kelengkapan produk yang dijual menjadi salah satu faktor penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Selama 8 tahun Apotek K-24 Bondowoso berdiri telah mengalami perkembangan dalam pelayanan dan variasi produk yang dijual. Sehingga, hal tersebut secara tidak langsung telah meningkatkan omset penjualan. Namun, konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan kualitas produk yang baik. Begitu pula dengan kelengkapan produk yang ditawarkan (variety) juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Salah satu pendapatan industri farmasi adalah berasal dari penjualan obat, tetapi fakta yang menunjukkan bahwa belanja kesehatan di Indonesia kurang dari 3% dari nilai produk domestik bruto yang mengindikasikan rendahnya daya beli masyarakat terhadap obat (Bank Dunia, 2008). Data yang didapat dari Bank Dunia (2008), sumber utama pelayanan penduduk saat sakit adalah pedagang obat salah satunya adalah apotek. Sebagian besar masyarakat membeli obat-obatan dari sektor swasta dan daya beli masyarakat terhadap obat-obatan sebesar 15% (BPS, 2006). Dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya seperti Thailand dan Filipina, daya beli masyarakat di negara tersebut terhadap obat-obatan lebih tinggi sebesar 65% dan 48%.

Salah satu penyebab rendahnya daya beli masyarakat Indonesia terhadap obat adalah kurang maksimalnya pelayanan kefarmasian (Rachmandani dkk, 2011). Akses masyarakat terhadap obat sangat dipengaruhi oleh ketersediaan obat. Ketersediaan obat yang lengkap akan memudahkan masyarakat untuk mencari kebutuhan obat yang diperlukan (Handayani dkk., 2009). Secara teoritis dalam satu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah merek, mencerminkan bagaimana seorang pelanggan akan sangat setia dalam suatu merek, sehingga apotek memerlukan bermacam-macam sumber daya.

Abdullah Thamrin, 2003 (dikutip oleh Yuzza, 2006) Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli suatu produk sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Adanya keluhan yang dirasakan pelanggan Apotek K-24 melalui nomor telfon keluhan pelanggan atau secara langsung melalui karyawan Apotek K-24 Upaya yang dilakukan oleh Apotek k-24 untuk mengurangi terjadinya keluhan atau complain secara langsung maupun tidak langsung adalah dengan selalu memberikan tanggapan setiap kali pelanggan yang memberitakan keluhan tentang Apotek K-24. Demi mewujudkan kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso.

Berdasarkan tabel 1.4 dan tabel 1.5 pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso sangat menarik untuk bisa dilakukan penelitian lebih lanjut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis dapat merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Fasilitas Apotek mempengaruhi kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Apotek mempengaruhi kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso?
3. Apakah Kelengkapan Produk mempengaruhi kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso.
2. Untuk mengatasi variabel mana yang memiliki pengaruh dominan pada kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso.
3. Untuk mengetahui variabel mana yang secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek K-24 Bondowoso.

Tinjauan Pustaka

Pelayanan Jasa

Arus globalisasi dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Ketersediaan fasilitas dan produk akan menunjang kepuasan pelanggan dalam menerima pelayanan jasa.

Kotler (2009) menyatakan bahwa pelayanan atau jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. Intangibility, tidak dapat dilihat, diraba dan dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Dengan demikian orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum dia merasakan/mengkonsumsinya sendiri. Dalam hal ini pemasar jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen efektifitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan.
2. Inseparability, barang biasanya di produksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa

biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3. Variability, jasa sangat variabel, banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Dalam hal ini penyedia jasa dapat melakukan tiga tahap dalam pengendalian kualitasnya: 1) melakukan investasi, seleksi dan pelatihan personil yang baik. 2) melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa. 3) memantau kepuasan konsumen melalui system saran dan kebutuhan, survey konsumen sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.
4. Perishability, jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kamar hotel yang tidak dihuni, kursi kereta api yang kosong akan berlalu/hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan dan digunakan diwaktu lain.

Abidin (2010, hal : 71) mengatakan bahwa pelayanan publik yang berkualitas bukan hanya mengacu pada pelayanan itu semata, juga menekankan pada proses penyelenggaraan atau pendistribusian pelayanan itu sendiri hingga ke tangan masyarakat sebagai konsumen. Aspek-aspek kecepatan, ketepatan, kemudahan, dan keadilan menjadi alat untuk mengukur pelayanan publik yang berkualitas. Hal ini berarti, pemerintah melalui aparat dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat harus memperhatikan aspek kecepatan, ketepatan, kemudahan, dan keadilan.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2007), kepuasan pelanggan adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk/jasa relatif bagus atau jelek, atau apakah produk/jasa cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakaiannya.

Kepuasan pelanggan dapat tercipta dari pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi jasa atau produk, menerima janji yang diberikan oleh perusahaan. Jika perusahaan dapat memberikan janji sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah pelanggan menerima pelayanan atau produk yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dalam studi kasus di Apotek K-24 kepuasan pelanggan dapat berarti perasaan yang dirasakan pelanggan setelah menerima pelayanan dari petugas Apotek yang memberikan pelayanan yang berkualitas atau produk obat-obatan yang berkualitas sehingga pelanggan merasa puas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan

Menurut Zeithaml (2006) sebenarnya hubungan antara pelanggan dengan perusahaan akan semakin kuat manakala pelanggan memiliki penilaian baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan sebaliknya semakin lemah manakala konsumen atau pelanggan memiliki penilaian negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpusat pada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi bahkan melebihi harapan.

Pelayanan Kefarmasian

Pelayanan kefarmasian adalah bentuk pelayanan dan tanggung jawab langsung profesi apoteker dalam pekerjaan kefarmasian untuk meningkatkan kualitas hidup pasien (Menkes RI, 2004). Menurut PP 51 tahun 2009 pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Pelayanan kefarmasian dalam hal memberikan perlindungan terhadap pasien berfungsi sebagai (Bahfen, 2006):

1. Menyediakan informasi tentang obat-obatan kepada tenaga kesehatan lainnya, tujuan yang ingin dicapai mencakup mengidentifikasi hasil pengobatan dan tujuan akhir pengobatan, agar pengobatan dapat diterima untuk terapi, agar diterapkan penggunaan secara rasional, memantau efek samping obat dan menentukan metode penggunaan obat.
2. Mendapatkan rekam medis untuk digunakan pemilihan obat yang tepat.
3. Memantau penggunaan obat apakah efektif, tidak efektif, reaksi yang berlawanan, keracunan dan jika perlu memberikan saran untuk memodifikasi pengobatan.
4. Menyediakan bimbingan dan konseling dalam rangka pendidikan kepada pasien.
5. Menyediakan dan memelihara serta memfasilitasi pengujian pengobatan bagi pasien penyakit kronis.
6. Berpartisipasi dalam pengelolaan obat-obatan untuk pelayanan gawat darurat.
7. Pembinaan pelayanan informasi dan pendidikan bagi masyarakat.
8. Partisipasi dalam penilaian penggunaan obat dan audit kesehatan.
9. Menyediakan pendidikan mengenai obat-obatan untuk tenaga kesehatan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan kefarmasian adalah sebuah layanan yang diberikan kepada pasien untuk memenuhi kebutuhan farmasi seperti obat-obatan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien dalam hal kesehatan sehingga kepuasan pasien dalam menerima pelayanan kesehatan dapat tercapai.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2007) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi
Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh apotek perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, etalase obat yang tertata rapi, ruang tunggu pasien yang nyaman, toilet yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapamanfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.
2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat
Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain – lain.
3. Fleksibilitas
Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.
4. Faktor estetis
Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar
Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.
6. Biaya konstruksi dan operasi
Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan.

Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana

yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Menurut Tjiptono (2007) jasa bersifat intangible, karenanya konsumen sering kali mengandalkan tangible cues atau physical evidence dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah di konsumsi. Physical evidence mencakup fasilitas fisik (servicescape) dan elemen-elemen tangible lainnya, yang membantu konsumen memahami dan mengevaluasi jasa yang bersifat intangible. Secara garis besar, physical evidence meliputi fasilitas fisik organisasi Servicescape (seperti tempat parkir, ruang tunggu, peralatan, kualitas udara/temperature) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya (seperti busana dan seragam karyawan, brosur, situs internet, dan sebagainya). Sejumlah riset menunjukkan bahwa desain servicescape dapat mempengaruhi pilihan konsumen, ekspektasi konsumen, kepuasan konsumen, dan perilaku lainnya. Servicescape harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2009) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.

Penampilan apotek adalah keadaan secara fisik dari penampilan apotek menyangkut penataan ruang tunggu dan desain interior (etalase obat), kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu serta fasilitas penunjang lainnya seperti adanya TV, AC, koran, toilet, telpon dan penampilan petugas, serta informasi secara umum berupa poster maupun papan pemberitahuan tentang prosedur pelayanan. Lingkungan fisik apotek harus tersedia ruangan, peralatan dan fasilitas lain yang mendukung administrasi, profesionalisme dan fungsi teknik pelayanan farmasi sehingga menjamin terselenggaranya pelayanan farmasi yang fungsional dan profesional (Ifmaily, 2006).

Dari beberapa pendapat tentang fasilitas oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan sebagai penunjang kenyamanan konsumen dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kelengkapan Produk

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program

pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sukotjo dan Radix 2010). Sedangkan elemen penting dalam jasa pelayanan apotek terkait produk adalah kelengkapan obat yang disediakan oleh apotek. Menurut Tjiptono (2007) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sukotjo dan Radix 2010).

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk Produk Utama disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

Salah satu pendapatan industri farmasi adalah berasal dari penjualan obat, tetapi fakta yang menunjukkan bahwa belanja kesehatan di Indonesia kurang dari 3% dari nilai produk domestik bruto yang mengindikasikan rendahnya daya beli masyarakat terhadap obat (Bank Dunia, 2008). Data yang didapat dari Bank Dunia (2008), sumber utama pelayanan penduduk saat sakit adalah pedagang obat salah satunya adalah apotek. Sebagian besar masyarakat membeli obat-obatan dari sektor swasta dan daya beli masyarakat terhadap obat-obatan sebesar 15%. Dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya seperti Thailand dan Filipina, daya beli masyarakat di negara tersebut terhadap obat-obatan lebih tinggi sebesar 65% dan 48%.

Salah satu penyebab rendahnya daya beli masyarakat Indonesia terhadap obat adalah kurang maksimalnya pelayanan kefarmasian (Rachmandani dkk, 2011). Akses masyarakat terhadap obat sangat dipengaruhi oleh ketersediaan obat. Ketersediaan obat yang lengkap akan memudahkan masyarakat untuk mencari kebutuhan obat yang diperlukan (Handayani dkk., 2009). Secara teoritis dalam satu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah merek, mencerminkan bagaimana seorang pelanggan akan sangat setia dalam suatu merek, sehingga apotek memerlukan bermacam-macam sumber daya.

Dari ke tiga variabel tersebut tentu memiliki hubungan yang saling berkaitan, dimana fasilitas merupakan penunjang yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena konsumen merasa nyaman atas pelayanan berupa sarana dan prasarana yang tersedia dengan baik. Ketersediaan obat yang lengkap, asli, dan sesuai prosedur menjadi bagian yang penting karena tidak hanya untuk pengelolaan obat saja akan tetapi menyangkut kelangsungan hidup pasien.

Pelayanan kefarmasian di apotek berupa fasilitas apotek, lokasi apotek, dan kelengkapan obat di apotek. Sehingga dari pengaruh pelayanan kefarmasian di apotek tersebut akan dilakukan penelitian terhadap kepuasan pasien pengguna jasa apotek.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Muhammad Agus Supriyanto (2016) dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan, fasilitas, dan reputasi dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngrogot Kabupaten Nganjuk.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Diah Tirta Wati (2015) menyimpulkan bahwa Fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga apabila fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan baik maka dapat secara langsung menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.

Hubungan Kelengkapan Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wahyu Nur Prabowo (2015) menyimpulkan bahwa Semua variabel independen yang terdiri dari variabel harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen. Semua hipotesis yang ada terbukti berpengaruh signifikan.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.

Metode Penelitian

Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah sebagai suatu karakteristik, ciri, sifat, watak atau keadaan pada seseorang atau obyek. Variabel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya terhadap Apotek K-24 Bondowoso.

Kepuasan pelanggan ini diukur melalui indikator yang merujuk pada halaman dua belas (12) :

1. Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (overall satisfaction)
2. Kesesuaian produk dan/atau pelayanan yang ditawarkan dengan harapan pelanggan (expectation)
3. Tingkat kepuasan pelanggan selama menjalin hubungan dengan perusahaan (experience)

Fasilitas (X1)

Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan pengelola jasa untuk menunjang pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan Apotek K-24 Bondowoso serta untuk melengkapi dan mendukung aktivitas dalam kelancaran jasa.

Fasilitas ini diukur melalui indikator yang merujuk pada halaman tujuh belas (17):

1. perencanaan spasial,
2. perencanaan ruang,
3. perlengkapan,
4. tata cahaya, pesan-pesan grafis, dan unsur pendukung.

Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen Apotek K-24 Bondowoso serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan Apotek K-24 Bondowoso.

Kualitas pelayanan ini diukur melalui indikator yang merujuk pada halaman tiga belas (13) :

1. Karyawan memahami kebutuhan produk setiap konsumen perusahaan
2. Karyawan sangat tanggap akan keluhan konsumen dan mempunyai pengetahuan yang sangat luas akan produk yang dijual perusahaan.
3. Ketepatan waktu operasional perusahaan.

Kelengkapan Produk (X3)

Kelengkapan produk merupakan suatu kegiatan pengadaan barang dalam suatu bisnis yang bertujuan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen Apotek K-24 Bondowoso dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai

dalam mencapai tujuan suatu bisnis.

Kelengkapan produk ini diukur melalui indikator yang merujuk pada halaman Sembilan belas (19):

1. Kelengkapan variasi bentuk barang yang ditawarkan.
2. Kelengkapan variasi ukuran barang yang ditawarkan.
3. Produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan sehari-hari.
4. Produk yang ditawarkan berkualitas.
5. Ketersediaan produk yang dijual.
6. Macam merek yang tersedia.

Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2010:90), Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Rancangan penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso. Tipe penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang bersifat *eksplanatoryresearch*. Penelitian eksplanatori merupakan tipe penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 2006: 5). Dalam penelitian ini, penulis berusaha menjelaskan pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.

Jenis Data

Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dengan cara menggali secara langsung dari sumber pertama atau responden baik dari individu berupa kuesioner atau wawancara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada pelanggan (pasien) Apotek K-24 Bondowoso.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan dari sumber data kepada pengumpul dan misalnya melalui orang lain atau melalui pendapat para ahli, koran, majalah, jurnal, buku-buku dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data dimulai dengan menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2011:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan (pasien) Apotek K-24 Bondowoso yang berkunjung ke Apotek K-24 Bondowoso. Oleh karena jumlah populasi yang diambil terlalu besar atau banyak, maka peneliti ini hanya sebagian saja dari keseluruhan populasi (sampel).

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011:81) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Dalam teknik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *sampling purposive*. Sugiyono (2011:84) menjelaskan bahwa: "Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu." Dari pengertian di atas agar memudahkan penelitian, penulis menetapkan sifat-sifat dan karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang akan digunakan peneliti memiliki ketentuan, pelanggan Apotek K-24 Bondowoso yang memiliki frekuensi berkunjung lebih dari 2 kali, baik laki-laki atau pun perempuan yang berusia di atas 18 tahun.

Karena populasi dalam penelitian ini dalam jumlah besar, sehingga dalam penelitian ini dalam menentukan ukuran sampel menurut Suharsimi Arikunto (2010). Dari perhitungan di atas dapat diketahui sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kelengkapan produk (X3), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y) sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Fasilitas

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Kelengkapan Produk

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien masing-masing variabel

Pengujian Hipotesis

Uji t

Untuk menguji masing-masing variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) menggunakan uji t. Pengujian dengan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan. Kriteria pengujian adalah:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H1 diterima. Ada pengaruh

- yang positif dari variabel bebas fasilitas (X1) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y)
- t tabel maka H2 diterima. Ada pengaruh yang positif dari variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).
 - t hitung > t tabel maka H3 diterima. Ada pengaruh positif dari variabel kelengkapan produk (X3) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Peneliti menggunakan Adjusted R², nilai Adjusted dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian dengan bantuan program *SPSS for Windows 17.0* diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Var	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	3,396	4,632	0,000	-
X1	0,125	2,337	0,022	Signifikan
X2	0,140	2,169	0,033	Signifikan
X3	0,197	5,202	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,396 + 0,125 X_1 + 0,140X_2 + 0,197X_3$$

Interpretasi atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 3,396, menunjukkan besarnya kepuasan pelanggan pada saat variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk sama dengan nol. Dalam hal ini kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan tanpa ketiga variabel tersebut yang disebabkan oleh faktor lain.
- $b_1 = 0,125$, artinya apabila variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk sama dengan nol, maka peningkatan variabel fasilitas sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,125 satuan.
- $b_2 = 0,140$ artinya apabila variabel fasilitas dan

kelengkapan produk sama dengan nol, maka peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,140 satuan.

- $b_3 = 0,197$ artinya apabila variabel fasilitas dan kualitas pelayanan sama dengan nol, maka peningkatan variabel kelengkapan produk sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,197 satuan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat dilihat pada Tabel 4.10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- Pengaruh variabel fasilitas (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,337 > 1,985$ dan signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,022 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H₀ ditolak, berarti secara parsial variabel fasilitas (X₁) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga terdapat pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso terbukti kebenarannya atau Ha₁ diterima.

- Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,169 > 1,985$ dan signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,033 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H₀ ditolak, berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan (X₂) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso terbukti kebenarannya atau Ha₂ diterima.

- Pengaruh variabel kelengkapan produk (X₃) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,202 > 1,985$ dan signifikansi

$\alpha < 0,000 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel kelengkapan produk (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso terbukti kebenarannya atau H_a diterima.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada Tabel 1 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,585, hal ini berarti 58,5% variabel X_1 , X_2 , X_3 , memberikan kontribusi positif terhadap variabel Y, sedangkan sisanya sebesar 41,5% disebabkan oleh faktor lain keramahan petugas Apotek, penampilan petugas Apotek, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah sebagai berikut.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,125. Hal ini berarti faktor fasilitas yang diukur melalui perencanaan spasial terutama design warna dan proporsi penataan ruang apotek K-24 Bondowoso memberikan kesan yang indah, ruang tunggu pelanggan memberikan rasa nyaman pada pelanggan saat menunggu resep, perlengkapan yang tersedia di Apotek K-24 Bondowoso berfungsi secara optimal, dan tata cahaya ruangan dan display obat-obatan tertata rapi merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso.

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2009) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi

pengguna jasa.

Penampilan apotek adalah keadaan secara fisik dari penampilan apotek menyangkut penataan ruang tunggu dan desain interior (etalase obat), kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu serta fasilitas penunjang lainnya seperti adanya TV, AC, koran, toilet, telpon dan penampilan petugas, serta informasi secara umum berupa poster maupun papan pemberitahuan tentang prosedur pelayanan. Lingkungan fisik apotek harus tersedia ruangan, peralatan dan fasilitas lain yang mendukung administrasi, profesionalisme dan fungsi teknik pelayanan farmasi sehingga menjamin terselenggaranya pelayanan farmasi yang fungsional dan profesional (Ifmaily, 2006).

Dari beberapa pendapat tentang fasilitas oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan sebagai penunjang kenyamanan konsumen dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan Supriyanto (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngrogot Kabupaten Nganjuk.

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,140. Hal ini berarti faktor kualitas pelayanan yang diukur melalui karyawan Apotek K-24 Bondowoso memahami kebutuhan produk setiap konsumen, karyawan Apotek K-24 Bondowoso sangat tanggap akan keluhan konsumen dan mempunyai pengetahuan yang sangat luas akan produk yang dijual Apotek K-24 Bondowoso, dan karyawan Apotek K-24 Bondowoso tepat waktu dalam menjalankan operasional Apotek, terutama dalam pelayanan resep dokter merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso.

Kepuasan pelanggan adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan (Tjiptono, 2007). Tujuan dari sebuah bisnis yaitu membuat pelanggannya merasa puas, karena mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bertujuan untuk menaikkan pendapatan perusahaan (Kotler, 2009). Zeithaml (2006), menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Zeithaml, 2006). Parasuraman, et al (1985) dalam Tjiptono (2008:26) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Kualitas

layanan merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai harapan mereka (Zeithaml, 2006). Hal yang sangat penting agar bisnis tetap bertahan dan maju, dengan memberikan layanan terbaik agar kepuasan pelanggan terpenuhi. Ketatnya persaingan pada saat ini membuat perusahaan harus mampu bertahan dan selalu mencoba memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik perhatian dan mempertahankan pelanggannya.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan Wati (2015) menyimpulkan bahwa Fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga apabila fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan baik maka dapat secara langsung menciptakan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kelengkapan produk terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,197. Hal ini berarti faktor kelengkapan produk yang diukur melalui sediaan obat yang ditawarkan cukup lengkap, variasi ukuran produk yang ditawarkan cukup lengkap, produk yang dijual Apotek K-24 Bondowoso sesuai kebutuhan sehari-hari pelanggan dalam belanja kesehatan, produk yang dijual Apotek K-24 Bondowoso merupakan produk yang berkualitas, ketersediaan produk obat yang dijual Apotek K-24 Bondowoso terjamin, dan macam merek obat yang tersedia cukup komplit dan disesuaikan pada penyakit yang di derita pelanggan merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso.

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk Produk Utama disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Menurut Utami (2010:162) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat semakin beragam, maka konsumen pun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain. Hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya (Fure, 2013).

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan Prabowo (2015) menyimpulkan bahwa Semua variabel independen yang terdiri dari variabel harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.
1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.
2. Terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek K-24 Bondowoso.

Saran

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek K-24 Bondowoso, oleh karena itu hendaknya pihak Apotek K-24 Bondowoso selalu memperhatikan hal-hal khususnya yang berkaitan dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk, seperti frekuensi fasilitas serta kualitasnya, pemenuhan kebutuhan pegawai, penciptaan kondisi kelengkapan produk yang kondusif, dan lainnya.
2. Hasil penelitian ini hanya mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 80,8%, sehingga masih ada faktor lain di luar model yang diteliti yang mampu menjelaskan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu disarankan bagi penelitian lanjutan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, *Customer Relationship Management (CRM)*, dan lain-lain. Sehingga dapat memperoleh hasil temuan yang lebih baik dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen sumber daya manusia.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin, 2003, Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT. Rajawali Pers.
- Abidin, Zainal. 2010. Kebijakan Publik. Jakarta
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi), Rineka Cipta, Jakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2011. Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Azwar, Azrul. 1996. Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan Jakarta: Sinar Harapan.
- Bahfen, F. 2006. Aspek Legal Layanan Farmasi Komunitas Konsep 'Pharmaceutical Care'. Majalah Medisina, 1E1, hal 18-20.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Diponegoro.

Hendri, Ma'ruf, 2005. *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy, 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2004. *Pemasaran Jasa*, Malang: Byumedia.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13. Erlangga. Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Masri Singarimbun & Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*, Pustaka LP3ES. Jakarta.

Pohan I. 2006. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan Dasar-dasar Pengertian dan Penerapan*, Jakarta: EGC

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Zeithaml, Bitner and Gremler, 2006, *Service Marketing*, Fourth edition, Prentice Hall; exclusive right by Mc Graw-Hill.