

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
STUDI KASUS DI APOTEK K24 GAJAHMADA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Rafsanzani
NIM : 144114841
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2018

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PASIEN

(Studi kasus di K24 Gajahmada)

Rafsanzani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta

2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, yaitu: Bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pasien di Apotek K24 Gajahmada. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, beralamat di Jalan Gajamada nomor 4, Pakualaman, Yogyakarta. Dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner. Analisa data dilakukan dengan menggunakan *one way anova* dan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan jaminan (*assurance*) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan jaminan ketersediaan stok obat.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW, kepada seluruh keluarganya, para sahabatnya, dan pada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha. Judul skripsi yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus di Apotek K24 Gajahmada)”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat dan terkasih.

1. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, M.M selaku ketua STIE Widya Wiwaha yang telah mengesahkan secara resmi judul penelitian sebagai bahan penulisan skripsi sehingga penulisan skripsi berjalan dengan lancar.
2. Ibu Dilla Damayanti SE, M.M selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Widya Wiwaha.
3. Bapak Drs. H. Jazuli Akhmad, M.M selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, bimbingan, nasehat serta waktunya selama penyusunan skripsi.
4. Segenap dosen STIE Widya Wiwaha yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama masa perkuliahan sampai selesai penyusunan skripsi ini.
5. Segenap staf dan karyawan STIE Widya Wiwaha yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan sampai selesai penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Dra. Siti Fatimah selaku Pemilik Sarana Apotek yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
7. Ibu Amalia Cahyani, S.Farm, Apt. Selaku Apoteker Penanggungjawab Apotek yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
8. Kedua orangtua penulis atas segala dukungan, kesabaran dan doa yang selalu mengiringi disetiap langkah penulis. Serta cinta dan kasih sayang yang tulus diberikan kepada penulis sejak penulis kecil hingga sekarang.
9. Segenap keluarga yang tidak henti hentinya memberikan doa semangat dorongan dan bantuan baik secara moril amupun materil demi lancarnya skripsi ini.
10. Calon istri, sahabat yang juga selalu memberi dukungan, kasih sayang dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi kesempurnaan hasil skripsi, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya. Semoga dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, umumnya bagi pembaca.

Yogyakarta, Maret 2018
Penulis,

Rafsanzani

DAFTAR ISI

Sampul Skripsi.....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Ujian Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Grafik	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	2
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Batasan Penelitian.....	3
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.3 Perilaku Konsumen.....	7

2.4	Pengertian Jasa.....	8
2.5	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	9
2.6	Kualitas Pelayanan.....	12
2.7	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	13
2.8	Penelitian Terdahulu.....	14
2.9	Kerangka Pemikiran.....	15
2.10	Hipotesis	16

BAB III METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1	Jenis Penelitian.....	18
3.2	Lokasi Penelitian.....	18
3.3	Sumber Data Penelitian.....	18
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5	Populasi dan Sampel.....	19
3.6	Teknik Pengujian Instrumen.....	20
3.7	Teknik Analisa Data.....	22
3.8	Metode Analisis.....	23

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	26
4.1.1	Gambaran Umum Apotek K24 Gajah Mada.....	26
4.1.1.1	Lokasi Apotek K24 Gajah Mada.....	26
4.1.1.2	Visi dan Misi Apotek k24 Gajah Mada.....	27
4.1.1.3	Strategi Apotek K24 Gajah Mada.....	28

4.1.1.4 Budaya dan Moto Apotek K24 Gajah Mada.	28
4.1.1.5 Struktur Organisasi Apotek K24 Gajah Mada.	28
4.1.1.6 Proses Pelayanan Apotek K24 Gajah Mada..	29
4.1.2 Karakteristik Responden.....	31
4.1.3 Analisis Kuantitatif.....	35
4.1.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	35
4.1.3.2 Hasil Analisis Data.....	39
4.2 Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
5.3 Keterbatasan.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Apotek K24 Gajahmada.....	35
Tabel 4.7 Tabel Validitas Bukti Fisik.....	35
Tabel 4.8 Tabel Validitas Kehandalan	36
Tabel 4.9 Tabel Validitas Daya Tanggap.....	36
Tabel 4.10 Tabel Validitas Jaminan.....	37
Tabel 4.11 Tabel Validitas Empati.....	37
Tabel 4.12 Tabel Validitas Kepuasan.....	38
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
Tabel 4.14 Tabel Uji Anova Satu Arah.....	39
Tabel 4.15 Tabel Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.16 Tabel Uji Regresi Linear Berganda 1.....	43
Tabel 4.17 Tabel Uji F.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Heterokedastisitas Scatterplot.....	42

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Normalitas-scatter plots..... 40

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi industri farmasi nasional sekarang ini semakin menjamur. Tantangan berat yang dialami industri farmasi dihadapi oleh Apotek-apotek yang memiliki daya saing rendah. Pasalnya banyaknya Apotek yang didirikan dan saling berdekatan membuat kondisi yang semakin kurang kondusif bagi perkembangan usaha tersebut.

Dengan menjamurnya bisnis dibidang farmasi ini mengharuskan para pemilik dan pengelola bisnis apotek ini memutar otak untuk meningkatkan daya saing agar tetap bisa bertahan terutama yang tidak memiliki bentuk kerjasama. Misalnya bekerjasama dengan dokter atau BPJS.

Kualitas pelayanan adalah salah satu kunci agar dapat bertahan pada kondisi persaingan yang makin ketat. Sehingga suatu perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan menarik konsumen serta mempunyai nilai lebih dari pesaingnya, perusahaan juga harus mampu memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan konsumen serta dapat memuaskan konsumennya . Jika konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian. Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (dikutip dalam Tjiptono, 2004:26) dapat digunakan dimensi- dimensi kualitas pelayanan, yaitu : bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Pengukuran ini dikenal sebagai *service quality model*.

Ungkapan diatas dapat dirasakan pada Apotek K24 Gajahmada, yang terletak di Jl. Gajahmada, Gunungketur, Pakualaman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55166. Apotek K24 Gajahmada sebagai salah satu dari pelaku bisnis ini berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen, melalui penjualan obat-obatan, baik yang dijual dengan resep maupun tanpa resep. Apotek K24 Gajahmada telah melakukan berbagai upaya dalam melayani

masyarakat , apotek ini dilengkapi praktek dokter umum yang buka pada pagi dan sore setiap harinya, praktik dokter gigi pada sore hari. Dan upaya bagi pasien yang membutuhkan obat dengan cara menggalang komunikasi dengan tenaga kesehatan, termasuk hal pasien tidak mampu menebus obat yang ditulis dalam resep, apoteker wajib berkonsultasi dengan dokter untuk pemilihan obat yang lebih terjangkau . Dari hal tersebut akan menambah kepercayaan konsumen kepada apotek, karena ditangani secara professional dengan tenaga medis yang berpengalaman. Sehingga konsumen tidak akan ragu lagi untuk membeli obat pada apotek. Dengan adanya tenaga ahli yang dimiliki dalam bidang farmasi. Hal ini dilakukan agar konsumen merasakan kepuasan karena mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan yang diperolehnya tersebut menjadikan konsumen akan kembali lagi untuk melakukan pembelian obat, yang akhirnya menjadikan konsumen sebagai pelanggan yang setia pada apotek.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul ”

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI APOTEK K24 GAJAHMADA”.

1.2 Rumusan Masalah

Pelayanan pada Apotek K24 Gajahmada yang kurang memuaskan pasien.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah fasilitas, peralatan dan penampilan karyawan (*Tangibles*) di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien ?

2. Apakah karyawan di Apotek K24 Gajahmada sudah memiliki kemampuan dan pengetahuan yang akurat (*Realiability*) dalam pelayanannya untuk memenuhi kepuasan pasien ?
3. Apakah pelayanan yang diberikan Apotek K24 Gajahmada sudah cepat dan tanggap(*Responsive*) dalam memenuhi kepuasan pasien ?
4. Kompensasi dan jaminan (*Assurance*) apa saja yang diberikan Apotek K24 Gajahmada untuk memenuhi kepuasan para pasien ?
5. Apakah cara berkomunikasi (*Empathy*) karyawan Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien ?
6. Apakah keseluruhan karakteristik kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien Apotek K24 Gajahmada?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bahwa *Tangibles* di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien.
2. Untuk mengetahui bahwa *Realiability* di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien.
3. Untuk mengetahui bahwa *Responsive* di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien.
4. Untuk mengetahui bahwa *Assurance* di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan para pasien.
5. Untuk mengetahui bahwa *Empathy* karyawan di Apotek K24 Gajahmada sudah memenuhi kepuasan pasien.
6. Untuk mengetahui bahwa keseluruhan karakteristik kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien Apotek K24 Gajahmada?

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara lebih terarah, maka diperlukan suatu pembatasan terhadap masalah yang diteliti, yaitu :

1. Obyek penelitian adalah Apotek K24 Gajahmada.

2. Responden yang diteliti adalah pasien dokter dan pasien yang berkonsultasi obat biasa di Apotek K24 Gajahmada .
3. Hal-hal yang diteliti dibatasi pada
 - Variabel independen yaitu kualitas pelayanan.
 - Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.
4. karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - Jenis kelamin
 - Usia
 - Jenis pekerjaan
 - Pendidikan
 - Pendapatan
 - Intensitas membeli obat

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah diharapkan untuk membangkitkan teori yang telah didapat di bangku perkuliahan dengan situasi dan kondisi yang ada pada instansi atau Apotek K24 Gajahmada serta dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari.

2. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Apotek K24 Gajah Mada yang dapat digunakan sebagai :

- a. Bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan.
- b. Bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk waktu yang akan datang khususnya dalam strategi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi serta digunakan penelitian lain sebagai bahan acuan untuk penelitian

selanjutnya, dan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman study mengenai kualitas pelayanan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dalam kebutuhan konsumen. Suatu siklus akan berakhir apabila konsumen merasa puas terhadap pemilikan suatu barang atau jasa. Siklus ini akan terjadi secara berulang-ulang atau terus menerus. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaannya.

Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kotler (1997) mengemukakan definisi pemasaran, bahwa pemasaran adalah kegiatan dan kebutuhan memalui proses pertukaran.

Menurut William J. Stanton dalam Basu Swasta (1984) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, memprioritaskan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Menurut Basu Swasta (1984) pemasaran merupakan sesuatu untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hampir semua orang baik secara langsung atau tidak langsung ikut berkecimpung dalam pemasaran, ini disebabkan mereka sama-sama memiliki keinginan dan kebutuhan yang diinginkan

2.2 Konsep Pemasaran

Falsafah konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau pasien apotek.

Menurut Swasta dan Irawan (2001) konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuas kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kotler (1988) konsep pemasaran merupakan kunci-kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan lebih efisien disbanding pesaing.

Sehingga dapat diambil intisarinnya bahwa konsep pemasaran adalah suatu orientasi terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, didukung oleh usaha pemasaran secara terpadu yang ditunjukkan untuk membangkitkan kepuasan pelanggan sebagai kata kunci untuk memenuhi tujuan-tujuan organisasi.

2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Winardi (1991), perilaku konsumen dapat dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi maupun jasa. Sedangkan menurut Engel dan Blackwell (1994), perilaku konsumen adalah sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, maupun menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului serta menyusuli tindakan ini. Subjek ini terdapat dari pada beberapa perspektif, yang semuanya dipertimbangkan diantaranya, yaitu:

- a. Pengaruh Konsumen (*Costumer Influence*)
- b. Menyeluruh (*wholistic*)
- c. Antar Budaya (*Inter Cultural*)

2.4 Pengertian Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar- menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal- hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran. Adapun definisi jasa Philip Kotler (2001:602) adalah Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Selanjutnya Basu Swastha (1996:318), memusatkan definisi pada jasa yang dibeli atau dijual dipasar yang disebut sebagai jasa pertukaran. Jadi jasa pertukaran dapat didefinisikan sebagai barang yang tidak ketara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual dipasar melalui suatu transaksi yang saling memuaskan.

Sedangkan karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut Tjiptono (2004:15) :

a. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangibility* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium dan didengar sebelum pelanggan mencoba atau membeli. Karena sifat jasa ini tidak dapat disentuh, tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan serta diinformasikan atau dipahami secara rohani. Maka dalam hal ini perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

b. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Jasa pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari penyedia. Hal ini bisa dilihat dari faktor-faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dalam pemberian perhatian khususnya pada tingkat partisipasi atau keterlibatan

pelanggan dalam proses jasa, misalnya aktivitas dan peran pelajar atau mahasiswa dalam pendidikan disekolah maupun di perguruan tinggi. c.

Keanekaragaman (*variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized output* artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan serta dimana jasa tersebut dihasilkan, dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan 3 pendekatan dalam pengendalian kualitas jasa yaitu :

- i. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personalia yang baik.
 - ii. Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa. Dalam hal ini dapat dilakukan dalam diagram jalur dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa.
 - iii. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem sarana dan keluhan survey pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi
- d. Tidak tahan lama (*perishability*)

Sifat ini berbeda dengan produk fisik yang bisa diproduksi dan disimpan dalam bentuk persediaan. Jasa merupakan komoditas tidak bisa disimpan dalam bentuk persediaan dan pada dasarnya langsung dikonsumsi pada saat membeli. Jasa sangat bervariasi yang dipengaruhi oleh faktor musiman

2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah puas, merasa senang perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*factio*” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat disebut sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai.

“Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterkama dan yang diharapkan.” (Kotler, 1997). Pendapat lain dari Kotler (2002) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengonsumsi produk. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut Pelz (1982) dalam Krowinski dan Stiber (1996) kepuasan pasien adalah harapan-harapan dalam pengalaman pasien ketika pasien masuk instansi pelayanan kesehatan untuk mendapatkan pelayanan keperawatan. Pelz (1982) merumuskan suatu model Leadership dalam memutuskan kepuasan pasien yang dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Ada 10 elemen yang dapat memutuskan kepuasan pasien, yaitu:

1. Kemudahan untuk mendapatkan pelayanan.
2. Ketersediaan sumber-sumber daya.
3. Pelayanan yang berkesinambungan.
4. Keberhasilan pelayanan keperawatan.
5. Biaya.
6. Memperlakukan pasien dengan manusiawi.
7. Informasi-informasi yang diterima pasien.
8. Pemberian informasi dari petugas.
9. Kenyamanan lingkungan.
10. Kualitas/komprehensif.

Kotler (Tjiptono, 2004:148) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*Customer-Centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan serta memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. Directly Reported Satisfaction

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pernyataan seperti ungkapan “Seberapa puas saudara terhadap pelayanan Apotek K24 Gajahmada?”.

b. Derived Dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. Problem Analysis

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. Importance-Performance Analysis

Responden diminta untuk meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut dan juga meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam tiap atribut itu.

3. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan seseorang atau beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost Customer Service*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah pindah pemasok agar memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

2.6 Kualitas Pelayanan

Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson (2000:142) mendefinisikan pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Parasuman, dan kawan kawan (dalam Tjiptono, 2001:67) Mengemukakan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi :

1. *Tangibles*, bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan teknologi, serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsive*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat atau responsive dan tepat kepada pelanggan. Dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, yaitu jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.7 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler dalam Tjiptono (2008) mengidentifikasi empat metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan seseorang atau beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut.

3) *Lost Customer Service*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah pindah pemasok agar memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) *Survey Kepuasan Pelanggan*

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya

2.8 Penelitian Terdahulu

A. TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP PELAYANAN APOTEK DI KOTA JAMBI

Oleh : Helni Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi Kampus Pinang Masak, Mendalo - Darat Jambi

Standar pelayanan kefarmasian disusun sebagai pedoman praktek apoteker dalam menjalankan praktek profesi dan untuk melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional. Kualitas layanan farmasi dan pelayanan kefarmasian yang lebih baik dan berorientasi pada konsumen (pasien) harus terus dikembangkan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang senantiasa berubah dan meningkat, disamping dapat mengurangi resiko pengobatan. Penelitian ini adalah cross sectional yang bersifat deskriptif untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap mutu pelayanan kefarmasian di apotek ditinjau dari dimensi mutu pelayanan kefarmasian. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan standar pelayanan kefarmasian di apotek yang tertera dalam Keputusan Menteri Kesehatan RI No 1027 tahun 2004. Data dikumpulkan melalui wawancara terhadap responden yang merupakan pasien yang mengambil obat di apotek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sudah merasakan puas terhadap mutu pelayanan apotek untuk kelima dimensi , yaitu Reliability

(keandalan) dengan skore 3,35, Responsiveness (ketanggapan) dengan skore 2,97, Assurance (jaminan) dengan skore 3,21, Empaty (empati) dengan skore 3,28 dan Tangibles (bukti langsung) dengan skore 3,19. Secara statistik tidak ada perbedaan antara mutu pelayanan yang diberikan oleh apotek dengan harapan dari responden terhadap apotek ($p > 0,1$).

B. TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP PELAYANAN OBAT DI APOTEK WILAYAH KECAMATAN MERTOYUDAN KABUPATEN MAGELANG

Oleh: Puspita Septie Dianita*, Elmiawati Latifah Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Magelang.

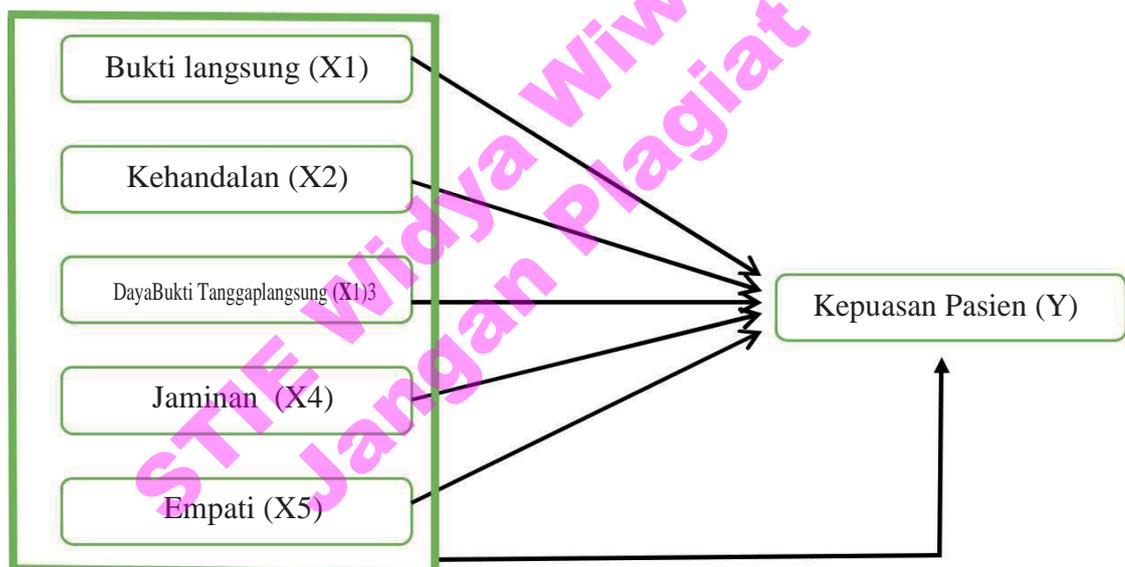
Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian dimana apotek merupakan tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh seorang apoteker. Perkembangan yang pesat telah terjadi di apotek dimana terdapat paradigma apotek yang baru yaitu dari drug oriented (pelayanan obat) menjadi patient oriented (pelayanan pasien) yang mengacu pada asuhan kefarmasian (pharmaceutical care) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek wilayah Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang sehingga apotek dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Penelitian ini merupakan penelitian observasional, dimana data diambil dengan menggunakan kuesioner terhadap pasien yang berkunjung atau membeli obat di apotek tersebut.. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pasien atau masyarakat yang membeli obat di apotek wilayah Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang merasa puas terhadap pelayanan obat yang diberikan oleh apotek tersebut. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pemacu sarana pelayanan kefarmasian yang lain untuk mempertahankan serta memberikan pelayanan kefarmasian kepada pasien untuk menjadi lebih baik lagi.

2.9 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mnegetahui apakah ada pengaruh bukti langsung (Tangibles), keandalan (Reability), daya tangkap (Responsiveness),

jaminan (Assurance) dan empati (Emphaty) terhadap kepuasan pasien. Dengan mengacu pada beberapa penelitian terdahulu maka kerangka teoritis dalam penelitian ini memadukan variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang mempengaruhi kepuasan pasien. Kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu:

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian



2.10 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono, 2004) Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara Tangibles terhadap kepuasan pasien.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara Tangibles terhadap kepuasan pasien.

2. $H_0 : \beta_2 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara Reliability terhadap kepuasan konsumen.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara Reliability terhadap kepuasan pasien.
3. $H_0 : \beta_3 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara Responsive terhadap kepuasan pasien.
 $H_a : \beta_3 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara Responsive terhadap kepuasan pasien.
4. $H_0 : \beta_4 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara Assurance terhadap kepuasan pasien.
 $H_a : \beta_4 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara Assurance terhadap kepuasan pasien.
5. $H_0 : \beta_5 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara Empathy terhadap kepuasan pasien.
 $H_a : \beta_5 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara Empathy terhadap kepuasan pasien.
6. $H_0 : \beta_{1,2,3,4,5} = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara keseluruhan karakteristik Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
 $H_a : \beta_{1,2,3,4,5} \neq 0$ artinya ada pengaruh antara keseluruhan karakteristik Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

BAB III

METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2005). Dalam hal ini survei dilakukan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada K24 Gajahmada dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini hanya terbatas pada obyek yang diteliti, jadi tidak berlaku umum.

3.2 Lokasi Penelitian

Apotek K24 Gajah Mada adalah salah satu waralaba dari PT.K24 Indonesia yang berada di JL.Gajah Mada No.4 Pakualaman Yogyakarta. Apotek k24 Gajahmada itu sendiri didirikan oleh dokter Adam Suyadi Sp.B,MM (Alm). Sepeninggalan Beliau, pengelolaan apotek tersebut diteruskan oleh Istri Beliau Ny.Adam hingga sekarang. Bertempat di Jalan Gajah Mada nomor 4, kelurahan Gunung Ketur, kecamatan Pakualaman,Yogyakarta. Berdiri diatas tanah seluas 400m².

3.3 Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari (Sugiono, 2005).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicapai pertama kali, meliputi data tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada perusahaan Apotek K24 Gajahmada.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang memberikan pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi yang dirancang untuk memperoleh informasi (data) dari responden (Sugiyono, 2005). Data yang diperoleh berupa hasil tanya jawab mengenai gambaran umum perusahaan.

2) Kuesioner

Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan meminta keterangan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan yang terkait dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2005).

3) Observasi

Observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian- kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena- fenomena yang diamati (Sugiyanto, 2005).

3.5 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien yang periksa praktek dokter maupun pasien yang konsultasi obat biasa di Apotek K-24 Gajah Mada.

2) Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2001). Berdasarkan pengertian populasi yang telah disebutkan, maka jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak dapat dihitung. Oleh karena itu untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus (Supramono dan Haryanto, 2005) :

Keterangan:

(—)

n = Jumlah sampel

$Z^2\alpha$ = Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu

Q = (1-P), proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu.

P = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu.

d = Tingkat kesalahan yang ditoleransi.

Dalam penelitian ini digunakan 100 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap bahwa dengan cara demikian dapat memperoleh informasi yang benar dan mencerminkan populasinya (Sigit, 1999). Pertimbangan-pertimbangan tersebut ialah pasien Apotek K24 Gajahmada

3.6 Teknik Pengujian Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, maka untuk mengukur validitas dan reliabilitasnya dilakukan pengujian terlebih dahulu.

a. Pengujian validitas

Uji validitas digunakan untuk memilih item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis (Singarimbun, 1984). Uji validitas adalah

prosedur pengujian untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur berupa kuesioner dalam melakukan fungsi ukurnya. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson (Sigit, 1999). Sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n}}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n})}}$$

Dimana :

- r_{xy} = Koefisien validitas
- X = Skor pada subyek item n
- Y = Skor total subyek
- n = Banyaknya subyek

Dalam penelitian ini, apabila nilai korelasi *Product Moment* $r_{xy} > r_{table}$ dengan taraf signifikansi yang digunakan, maka kuesioner dinyatakan valid atau sah. Sebaliknya jika $r_{xy} < r_{table}$ dengan taraf signifikansi yang digunakan maka item pertanyaan kuesioner dianggap gugur.

b. Pengujian reliabilitas

Reliabilitas (Singarimbun, 1984) adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas merupakan suatu cara untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuesioner yang digunakan konsisten atau tidak. Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali atau lebih dan hasil pengukuran yang diperoleh konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *alpha* (α) dengan pertimbangan bahwa kuesioner adalah non dikotomi. Koefisien *alpha* (α) merupakan formulasi dasar dalam pendekatan konsistensi internal dan merupakan estimasi yang baik terhadap reliabilitas pada banyak situasi pengukuran (Sugiyono, 2005).

Rumus yang digunakan adalah koefien *alpha*, yaitu:

$$\alpha = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{\sum X^2}$$

Dimana :

S^2_x = Varians skor subyek pada keseluruhan trs x

$S^2_{y_j}$ = Varians skor subyek pada bagian $Y_{j;j} = 1.2$

α = Koefisien reliabilitas

Apabila koefisien *alfa* lebih besar dari koefisien korelasi tabel dengan taraf signifikansi (α) yang digunakan 5% maka kuesioner dikatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

1) Uji Hipotesis Pertama

Untuk menguji hipotesis pertama digunakan model analisis regresi linear berganda. Adapun rumus dari regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2005) :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + b_5 \cdot X_5 + e$$

Keterangan :

a = *Intercept* atau konstanta

X1 = bukti langsung

X2 = keandalan

X3 = daya tanggap

X4 = jaminan

X5 = empati

b1, b2, b3, b4, b5 = koefisien regresi

Y = kepuasan pelanggan

e = *standart error*

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan serentak terhadap kepuasan pelanggan maka dilakukan uji F dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

2) Uji Hipotesis Kedua

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan uji T. Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8 Metode Analisis

Pada dasarnya penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan, dalam hal ini adalah mengenai apakah kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode :

a) Metode deskriptif kuantitatif

Adapun pendekatan deskriptif yang digunakan melalui pendekatan survei atau penyebaran kuesioner. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b) Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial).

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013:99). Hasil uji t juga dapat dilihat dalam tabel *coefficient* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. (Ghozali, 2013:101).

Keterangan : Jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*, apakah variabel bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati/perhatian (X5) benar benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel *dependent* Y (kepuasan pasien).

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005)

a. Menentukan Formulasi Hipotesis

$H_0 : B_1 = B_2 = 0$, artinya variabel bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati/Perhatian (X5) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.

$H_1 : B_1 = B_2 \neq 0$, artinya variabel bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati/Perhatian (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.

b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)

c. Menentukan signifikansi

Jika nilai signifikansi (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika nilai signifikansi (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

d. Membuat kesimpulan

Jika (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *independent* secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel *dependent*.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati/Perhatian (X5) terhadap variabel *dependent* kepuasan pasien (Y).

Persamaan regresi yang dipakai adalah sebagai berikut (Supranto, 1998):

$$Y = a + B1 X1 + B2 X2 + B3 X3 + B4 X4 + B5 X5 + e$$

Fungsi tersebut menerangkan hubungan antara dua variabel bebas (X) dan variabel (Y), dimana:

Y : Kepuasan pasien

a: Konstanta

B1: Koefisien regresi dari variabel X1 (Bukti Langsung)

X1: Bukti Langsung

B2: Koefisien regresi dari variabel X2 (Kehandalan)

X2: Kehandalan

B3: Koefisien regresi variabel X3 (Daya Tanggap)

X3: Daya Tanggap

B4: Koefisien regresi variabel X4 (Jaminan)

X4: Jaminan

B5: Koefisien regresi dari variabel X5 (empati)

X5 : Empati

e : Standar error

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab IV penulis menyajikan hasil penelitian yang berisikan hasil pengumpulan data dan analisis data yang telah diperoleh untuk selanjutnya dibahas. Dalam rangka mendapat data, penulis menyusun serangkaian pernyataan dalam bentuk kuesioner untuk dibagikan kepada konsumen pengguna jasa di Apotek K24 Gajah Mada Yogyakarta pada bulan November-Desember 2017.

Sebanyak 100 kuesioner disebarluaskan kepada konsumen yang sudah beberapa kali berkunjung ke Apotek K24 Gajah Mada dengan memberikan secara langsung yang sedang menunggu keberangkatan. Dalam pengisian kuesioner tersebut penulis mendampingi responden yang sedang mengisi kuesioner, sehingga jika responden membutuhkan bantuan pada saat mengisi kuesioner penulis langsung membantu responden. Dari seluruh kuesioner yang dibagikan, responden mengisi kuesioner tersebut dengan baik, kuesioner kembali dalam jumlah yang sama, dan data dapat digunakan seluruhnya sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Seluruh kuesioner yang telah terkumpul kemudian ditabulasikan menggunakan perangkat lunak (*software*) yaitu program Excel 2013 dan selanjutnya dianalisis pada program SPSS 17.0.

4.1.1 Gambaran Umum Apotek K24 Gajah Mada

4.1.1.1 Lokasi Apotek K24 Gajah Mada

Apotek K24 Gajah Mada adalah salah satu waralaba dari PT.K24 Indonesia yang berada di JL.Gajah Mada No.4 Pakualaman Yogyakarta. Apotek k24 Gajahmada itu sendiri didirikan oleh dokter Adam Suyadi Sp.B,MM (Alm). Sepeninggalan Beliau, pengelolaan apotek tersebut diteruskan oleh Istri Beliau

Ny.Adam hingga sekarang. Bertempat di Jalan Gajah Mada nomor 4, kelurahan Gunung Ketur, kecamatan Pakualaman, Yogyakarta. Berdiri diatas tanah seluas 400m². Terdiri dari satu bangunan dan terbagi menjadi ruang tunggu, ruang pelayanan umum, ruang pelayanan resep, ruang konsultasi dan pemeriksaan darah sederhana, ruang admin, dan bagian belakang dilengkapi ruang praktik dokter beserta ruang tunggunya.

4.1.1.2 Visi dan Misi Apotek k24 Gajah Mada

VISI

- Menjadi merek nasional yang menjadi pemimpin pasar bisnis apotek di Negara Republik Indonesia, melalui apotek jaringan waralaba yang menyediakan ragam obat yang komplit, buka 24 jam termasuk hari libur yang tersebar di seluruh Indonesia.
- Menjadi merek nasional kebanggaan bangsa Indonesia yang menjadi berkat dan bermanfaat bagi masyarakat, karyawan-karyawati dan pemilik.
- Menyediakan pilihan obat yang komplit, setiap saat, dengan harga yang sama pagi-siang-malam dan hari libur.
- Menyediakan kualitas pelayanan prima : Apotek K-24 senantiasa mempelajari dan mengusahakan peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan para pelanggan dan penerima waralaba.

MISI

- Menyediakan pilihan obat yang komplit, setiap saat, dengan harga sama pagi-siang-malam dan hari libur: Apotek K-24 melayani masyarakat selama 24 jam perhari 7 hari perminggu dengan memberlakukan kebijakan harga yang tetap sama pada pagi hari, siang hari, malam hari maupun hari libur.
- Menyediakan kualitas pelayanan yang prima: Apotek K-24 senantiasa mempelajari dan mengusahakan peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan para pelanggan dan penerima waralaba.

4.1.1.3 Strategi Apotek K24 Gajah Mada

Strategi yang dilakukan Apotek K24 Gajah Mad adalah KOMPAK, maksudnya yaitu:

1. K: Koordinasi, komunikasi dan kolaborasi.
2. O: Observasi , orientasi, dan organisasi.
3. M: Modivikasi, motivasi dan mobilitasi.
4. P: Perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, pengendalian, dan pengawasan.
5. A: Advokasi dan aplikasi.
6. K: Komitmen dan konsisten.

4.1.1.4 Budaya dan Moto Apotek K24 Gajah Mada

Budaya kerja dari Apotek k24 Gajah Mada adalah CERIA, maksudnya yaitu:

1. C : Cermat
2. E : Empati
3. R : Ramah
4. I : Ikhlas
5. A : Aman

Moto Apotek K24 Gajah Mada yaitu: melayani dengan ramah dan bermutu, anda puas kami senang

4.1.1.5 Struktur Organisasi Apotek K24 Gajah Mada

Struktur organisasi bagi sebuah apotek sangatlah penting, karena organisasi merupakan suatu cara untuk mengatur sesuatu dengan tingkat, jabatan dan kecakapannya dalam melaksanakan suatu tugas untuk mencapai tujuan tertentu serta dapat mendorong kerjasama yang baik. Singkatnya didalam struktur organisasi menjelaskan tentang tugas dan wewenang dari masing-masing bagian.

Struktur organisasi yang digunakan oleh Apotek K24 Gajah Mada dalam mengatur perusahaannya menggunakan struktur organisasi garis, yang mana wewenang mengalir dari pimpinan ke bawah sampai bagian paling bawah yaitu karyawan.

4.1.1.6 Proses Pelayanan Apotek K24 Gajah Mada

Proses pelayanan sangat penting untuk diatur sedemikian rupa agar pelayanan berjalan dengan lancar, pada apotek memiliki proses pelayanan dalam mengatur jalannya pelayanan penjualan di Apotik.

Meliputi penjualan resep, non resep, psikotropik dan narkotik, baik resep dari dokter yang melakukan praktek di Apotek maupun dokter praktek luar apotek, serta pelayanan non-resep yang terdiri dari pelayanan obat bebas, UPDS (Upaya Pengobatan Diri Sendiri), serta alat kesehatan.

a. Pelayanan obat dengan resep dokter

Pelayanan obat dengan resep tunai dilakukan terhadap konsumen yang langsung datang ke apotek untuk menebus resep obat yang dibutuhkan dan dibayar secara tunai. Alur pelayanan resep tunai dengan penjelasan sebagai berikut :

- i. Penerimaan resep Pemeriksaan keabsahan dan kelengkapan resep, meliputi:
 - Nama, alamat nomor SIP dan paraf/tanda tangan dokter penulis resep.
 - Nama obat, dosis, jumlah dan aturan pakai.
 - Nama pasien, umur, alamat, nomor telepon.
 - Pemberian nomor resep.
 - Penetapan harga.
 - Pemeriksaan ketersediaan obat.
 - Perjanjian dan pembayaran, meliputi: Pengambilan obat semua atau sebagian. Ada atau tidaknya penggantian obat

atas persetujuan dokter/pasien. Dan pembayaran.
pembuatan kuitansi dan salinan resep (apabila diminta).

ii. Penyiapan obat/peracikan, meliputi:

- Penyiapan etiket atau penandaan obat dan kemasan.
- Peracikan obat (hitung dosis/penimbangan, pencampuran, pengemasan).
- Penyajian hasil akhir peracikan atau penyiapan obat.

iii. Pemeriksaan akhir, meliputi :

- Kesesuaian hasil penyajian atau peracikan dengan resep (nama obat, jenis, dosis, jumlah, aturan pakai, nama pasien, umur, alamat dan nomor telepon).
- Kesesuaian antara salinan resep dengan resep asli. Kebenaran kuitansi.

iv. Penyerahan obat dan pemberian informasi, meliputi:

- Nama obat, kegunaan obat, dosis jumlah dan aturan pakai.
- Cara penyimpanan. Efek samping yang mungkin timbul dan cara mengatasinya.

b. Pelayanan obat non resep

Pelayanan obat tanpa resep merupakan pelayanan obat yang diberikan apotek kepada konsumen atas permintaan langsung pasien atau tanpa resep dari dokter. Obat yang dapat dilayani tanpa resep dokter meliputi obat bebas, obat bebas terbatas, obat keras yang termasuk dalam Daftar Obat Wajib Apotek (DOWA), obat tradisional, kosmetik, dan alat kesehatan. Alur pelayanan UPDS sama seperti pelayanan terhadap obat bebas.

c. Pelayanan resep narkotik dan psikotropik

Apotek hanya melayani resep narkotika dan psikotropika dari resep asli atau salinan resep yang dibuat oleh Apotek sendiri yang belum diambil sama sekali atau baru diambil sebagian. Apotek tidak melayani pembelian obat narkotika tanpa resep atau pengulangan resep yang ditulis oleh apotek lain. Pelayanan obat-obat narkotik berlaku untuk resep dari wilayah setempat atau resep dokter setempat. Pada resep yang mengandung narkotik harus dicantumkan tanggal, nama obat, yang digaris bawah merah, jumlah obat, nama dan alamat praktek dokter serta pasien. Resep-resep dikumpulkan terpisah. Obat-obat narkotik dan psikotropik yang telah dikeluarkan, dilaporkan dalam laporan penggunaan narkotik dan psikotropika perbulan.

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan untuk mengukur gambaran tentang responden yang diteliti kemudian dilakukan perhitungan menggunakan statistik deskriptif. Adapun karakteristik responden. Adapun karakteristik responden diklarifikasikan sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi ini jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	48	48%
Wanita	52	52%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin wanita lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin pria.

Responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 52 orang dengan persentase 52% dan responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 48 orang dengan persentase 48%.

2. Usia

Dalam klasifikasi ini usia dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
< 20	7	7%
20-30	36	36%
31-50	41	41%
Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
>50	16	16%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan usia

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia <20 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, responden dengan usia 20-30 tahun sebanyak 36 orang dengan persentase 36%, responden dengan usia 31-50 tahun sebanyak 41 orang dengan persentase 41%, dan responden dengan usia >50 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%.

3. Pendidikan Terakhir

Dalam klasifikasi ini pendidikan terakhir dikelompokkan menjadi enam kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMA	29	29%
Diploma	24	24%
S1	25	25%
S2	16	16%
S3	5	5%
lain-lain	1	1%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan pendidikan terakhir

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 29 orang dengan persentase 29%, responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 24 orang dengan persentase 24%, responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 25 orang dengan persentase 25%, responden dengan pendidikan terakhir S2 sebanyak 16 orang dengan persentase 16%, responden dengan pendidikan terakhir S3 sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, dan responden dengan pendidikan terakhir lainnya sebanyak 1 orang dengan persentase 1%.

4. Jenis Pekerjaan

Dalam klasifikasi ini jenis pekerjaan dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS/TNI/ABRI	20	20%
Pegawai Swasta	42	42%
Wiraswasta	28	28%

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Lainnya	10	10%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 42 orang dan paling sedikit responden mempunyai pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang.

5. Tingkat Pendapatan

Dalam klasifikasi ini tingkat pendapatan dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
<Rp 1.000.000	11	11%
Rp 1.000.001-Rp 3.000.000	46	46%
Rp 3.000.001-Rp 5.000.000	32	32%
>Rp 5.000.000	11	11%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan tingkat pendapatan

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak mempunyai pendapatan Rp 1.000.001-Rp 3.000.000 sebanyak 46 orang dan paling sedikit responden mempunyai pendapatan <Rp 1.000.000 dan >Rp 5.000.000 masing-masing sebanyak 11 orang.

6. Kunjungan ke K24 Gajahmada

Dalam klasifikasi ini pengguna jasa K24 Gajahmada dikelompokkan menjadi tiga kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa K24
Gajahmada

Pengguna Jasa K24 Gajahmada	Jumlah	Persentase (%)
< 3 kali	10	10%
3 – 6 kali	18	18%
> 6 kali	72	72%
	100	100%

Sumber kuisioner berdasarkan kunjungan

Berdasarkan data diatas responden terbanyak pengguna jasa K24 Gajahmada 3 - 6 kali dan paling sedikit menggunakan < 3 kali.

4.1.3 Analisis Kuantitatif

4.1.3.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment (Pearson)*. Dalam uji validitas, kriteria suatu nilai r_{tabel} dapat dilakukan dengan rumus : $r_{tabel} (\alpha, n-2)$ dari *table producy moment*. Pada uji Validitas ini diketahui bahwa n adalah 100, dan $\alpha = 5\%$ maka : $r_{tabel} (5\%, 100-2) = 0,199$. Setiap item pertanyaan akan dikatakan valid jika lebih besar dari 0,199. Adapun uji validitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tabel Validitas Bukti Fisik

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Bukti fisik	P1	0,515	0,199	Valid
	P2	0,543	0,199	Valid
	P3	0,633	0,199	Valid
	P4	0,680	0,199	Valid
	P5	0,640	0,199	Valid

Sumber kuisioner Bukti Fisik

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan bukti fisik dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199.

Tabel 4.8

Tabel Validitas Kehandalan

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
keandalan	P6	0,519	0,199	Valid
	P7	0,532	0,199	Valid
	P8	0,647	0,199	Valid
	P9	0,578	0,199	Valid
	P10	0,518	0,199	Valid

Sumber kuisisioner kehandalan

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan kehandalan dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199.

Tabel 4.9

Tabel Validitas Daya Tanggap

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Daya tanggap	P11	0,624	0,199	Valid
	P12	0,553	0,199	Valid
	P13	0,592	0,199	Valid
	P14	0,681	0,199	Valid

Sumber kuisisioner daya tanggap

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan daya tanggap dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199.

Tabel 4.10

Tabel Validitas Jaminan

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Jaminan	P15	0,677	0,199	Valid
	P16	0,648	0,199	Valid
	P17	0,646	0,199	Valid
	P18	0,594	0,199	Valid
	P19	0,704	0,199	Valid

Sumber kuisioner jaminan

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan jaminan dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199.

Tabel 4.11

Tabel Validitas Empati

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Empati	P20	0,616	0,199	Valid
	P21	0,619	0,199	Valid
	P22	0,460	0,199	Valid
	P23	0,620	0,199	Valid
	P24	0,616	0,199	Valid
	P25	0,608	0,199	Valid

Sumber kuisioner empati

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan empati dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199.

Tabel 4.12
Tabel Validitas Kepuasan

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kepuasan	P26	0,419	0,199	Valid
	P27	0,369	0,199	Valid
	P28	0,415	0,199	Valid
	P29	0,378	0,199	Valid
	P30	0,407	0,199	Valid
	P31	0,386	0,199	Valid
	P32	0,430	0,199	Valid
	P33	0,375	0,199	Valid
	P34	0,589	0,199	Valid
	P35	0,479	0,199	Valid

Sumber kuisioner kepuasan

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan kepuasan dalam dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,199. Oleh karena itu, analisis validitas dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan dinyatakan valid karena semua item nilainya lebih besar dari 0,199. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dapat diikutkan kembali dalam analisis data selanjutnya.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronchbach's Alpha*. Dalam uji reliabilitas, nilai yang dikatakan reliabel adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Adapun tabel uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

NO	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Bukti fisik	0,556	0,199	Reliabel
2.	Kehandalan	0,440	0,199	Reliabel

NO	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
3.	Daya tanggap	0,447	0,199	Reliabel
4.	Jaminan	0,666	0,199	Reliabel
5.	Empati	0,624	0,199	Reliabel
6.	Kepuasan	0,484	0,199	Reliabel

Sumber kuisisioner

Dapat dilihat dari tabel tersebut didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan kesemua instrument penelitian yang digunakan adalah reliabel atau andal dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.3.2 Hasil Analisis Data

1. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis ini dilakukan menggunakan *one way anova*. Adapun tabel hasil uji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut

Tabel 4.14

Tabel uji Anova Satu Arah

No	Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
1.	Bukti fisik	0,163	3,94	Tidak beda
2.	Keandalan	1,571	3,94	Tidak beda
3.	Daya tanggap	0,039	3,94	Tidak beda
4.	Jaminan	0,014	3,94	Tidak beda
5.	Empati	0,006	3,94	Tidak beda
6.	Bukti fisik	0,163	3,94	Tidak beda

Sumber kuisisioner

Berdasarkan tabel di atas nilai F_{hitung} masing-masing variable lebih kecil dari F_{tabel} 3,94 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan antara konsumen pada pria dan wanita tidak berbeda secara nyata dengan tingkat ketidaktelitian 5%.

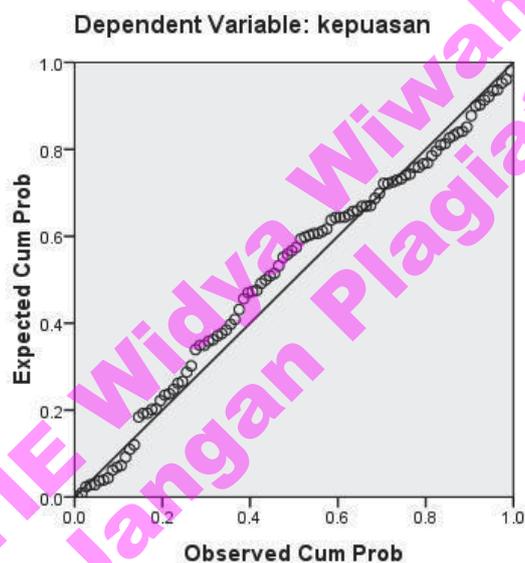
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini diuji dengan menggunakan SPSS 16.0 dan diperoleh hasil bahwa uji normalitas berdistribusi normal.

Grafik 4.1 Normalitas-scatter plots

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar scatter plots menunjukkan data terdistribusi pada sekitar garis diagonal. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mempunyai distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Uji Multikolinearitas ini diuji dengan menggunakan SPSS 16.0 dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.15**Tabel Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	17.750	4.574			
Bukti fisik	.203	.092	.175	.925	1.081
kehandalan	.325	.104	.275	.762	1.312
daya tanggap	.327	.105	.267	.793	1.261
Jaminan	.176	.073	.203	.835	1.198
Empati	.269	.147	.145	.934	1.071

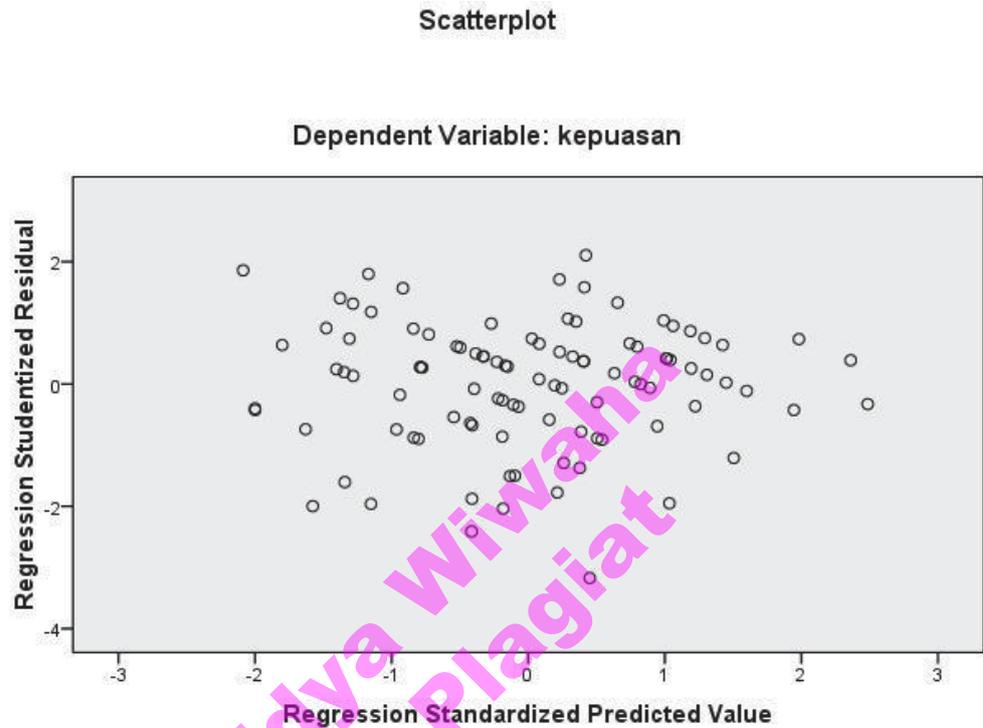
a. Dependent Variable: kepuasan

Dari hasil uji tersebut didapatkan output VIF hitung (VIF semua variabel mempunyai nilai VIF kurang dari 10, maka diketahui bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini uji dengan menggunakan metode Glejser. Uji heterokedastisitas ini memiliki kriteria : Jika residual memiliki residual yang berbeda disebut dengan heterokedastisitas. Dalam uji heterokedastisitas yang menggunakan SPSS 16.0 didapatkan titik-titik menyebar sehingga dapat disimpulkan residual memiliki residual yang sama dan variabel bebas bersifat homokedastisitas. Adapun hasil uji heterokedastisitas tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Heterokedastisitas Scatterplot



Berdasarkan gambar di atas, hasilnya tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis regresi berganda memiliki beberapa uji persyaratan yang harus dipenuhi sebelum analisis regresi linear berganda dilakukan. Setelah dilakukan semua uji prasyarat dan hasilnya telah memenuhi syarat untuk melakukan uji analisis regresi linear berganda didapatkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 sebagai berikut:

Tabel 4.16
Tabel Uji Regresi Linear Berganda 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.750	4.574		3.881	0.000
Bukti fisik	0.203	0.092	0.175	2.202	0.030
kehandalan	0.325	0.104	0.275	3.136	0.002
Daya tanggap	0.327	0.105	0.267	3.105	0.003
jaminan	0.176	0.073	0.203	2.422	0.017
Empati	0.269	0.147	0.145	1.832	0.070

a. Dependent Variable : Kepuasan

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,750 + 0,203X_1 + 0,325X_2 + 0,327X_3 + 0,176X_4 + 0,269X_5$$

= constant+bukti fisik+kehandalan+daya tanggap+jaminan+empati

4. Hasil Pengujian Hipotesis

A. Hasil Uji t

Uji t dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16.0 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 0,05. Adapun hasil uji t sebagai berikut:

1. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pasien

a) Menentukan H_0 = hipotesis nol dan H_a = hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 = 0$, artinya bukti fisik pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

H_a : $b_1 \neq 0$, artinya bukti fisik pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

b) Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 100-2-1 = 97$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan $df = 97$ adalah 1,985.

c) Kriteria pengujian

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, artinya bahwa bukti fisik pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 diterima, artinya bahwa bukti fisik pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d) Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut: t_{hitung} sebesar 2,202 sedangkan t_{tabel} 1,985. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Karyawan apotek K24 Gajahmada mampu memberikan bukti fisik yang baik sehingga akan memberikan kepuasan pasien.

2. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pasien

a) Menentukan H_0 = hipotesis nol dan H_a = hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 = 0$, artinya keandalan pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

H_a : $b_1 \neq 0$, artinya keandalan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

b) Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 100-2-1 = 97$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan $df = 97$ adalah 1,985.

c) Kriteria pengujian

Bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ H_0 ditolak, artinya bahwa kehandalan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Bila $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ H_0 diterima, artinya bahwa kehandalan pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d) Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut: t_{hitung} sebesar 3,136 sedangkan t_{tabel} 1,985. Dengan demikian $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Semakin handal karyawan apotek K24 Gajahmada dalam memeberikan informasi, berpenampilan baik, pelayanan ramah, dan mampu mengatasi keluhan pasien maka pasien akan merasa puas.

3. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pasien

a) Menentukan H_0 = hipotesis nol dan H_a = hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 = 0$, artinya daya tanggap pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

H_a : $b_1 \neq 0$, artinya daya tanggap pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

b) Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 100-2-1 = 97$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan $df = 97$ adalah 1,985.

c) Kriteria pengujian

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, artinya bahwa daya tanggap pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 diterima, artinya bahwa daya tanggap pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d) Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut: t_{hitung} sebesar 3,105 sedangkan t_{tabel} 1,985. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Semakin cepat daya tanggap karyawan apotek K24 Gajahmada terhadap pasien, maka pasien akan merasa puas.

4. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pasien

a) Menentukan H_0 = hipotesis nol dan H_a = hipotesis alternatif

$H_0 : b_1 = 0$, artinya jaminan pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

$H_a : b_1 \neq 0$, artinya jaminan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

b) Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 100-2-1 = 97$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan $df = 97$ adalah 1,985.

c) Kriteria pengujian

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, artinya bahwa jaminan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 diterima, artinya bahwa jaminan pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d) Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut: t_{hitung} sebesar 2,422 sedangkan t_{tabel} 1,985.

Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya apotek K24 Gajahmada mampu memberikan jaminan secara pasti tentang pelayanan keamanan sehingga akan meningkatkan kepuasan pasien.

5. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pasien

a) Menentukan H_0 = hipotesis nol dan H_a = hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 = 0$, artinya empati pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

H_a : $b_1 \neq 0$, artinya empati pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

b) Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}

Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k = 100-2-1= 97$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan $df = 97$ adalah 1,985.

c) Kriteria pengujian

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak, artinya bahwa empati pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 diterima, artinya bahwa empati pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d) Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut: t_{hitung} sebesar 1,832 sedangkan t_{tabel} 1,985.

Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya karyawan apotek K24 Gajahmada belum mampu memberikan empati pelayanan yang baik sehingga pasien kurang merasa puas dengan pelayanannya.

B. Hasil Uji F

Uji F dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16.0 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh koefisien regresi linear berganda dalam hal ini variabel bebas terhadap variabel terikat secara serempak atau bersama-sama. Adapun hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17

Tabel Uji F

ANOVA^b

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	232.534	5	46.507	15.355	.000 ^a
Residual	284.706	94	3.029		
Total	517.240	99			

a. Predictors: (Constant), empati, bukti_fisik, jaminan, daya_tanggap, kehandalan

b. Dependent Variable: kepuasan

Tahapan yang dilakukan dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 = Hipotesis nol dan H_a = Hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 : b_2 = 0$, artinya kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien K24 Gajahmada dengan tingkat signifikansi 5%.

H_a : $b_1: b_2$ minimal salah satu $\neq 0$, artinya kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pasien K24 Gajahmada dengan tingkat signifikansi 5%.

2. Menentukan tingkat signifikansi (α) dan F_{tabel}

Tingkat signifikansi (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. F_{tabel} dapat dicari dengan menentukan besar derajat kebebasan (*degree of freedom*) pembilang dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) penyebut. Untuk derajat kebebasan (*degree of freedom*) pembilang menggunakan k, sedangkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) penyebut menggunakan $k - 1 = 5 - 1 = 4$, sedangkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) penyebut menggunakan $n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$.

94. Berdasarkan tabel F pada $\alpha = 5\%$ dapat diketahui nilai F_{hitung} dengan df pembilang = 5, dan df penyebut = 94 adalah 2,31.

3. Kriteria pengujian

H_0 diterima (H_a ditolak), jika $F_{hg} < F_{tabel}$, artinya kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pasien Apotek K24 Gajahmada.

H_0 ditolak (H_a diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Artinya kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pasien Apotek K24 Gajahmada.

4. Kesimpulan

Nilai $F_{hitung} = 15,355$ dengan tingkat keyakinan 95%, signifikansi 5%, dan df (jumlah variabel 1) $6-1=5$ dan $df (n-k-1) 100-5-1 = 94$, maka didapatkan F_{tabel} sebesar 2,31, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena $F_{hitung} > F_{tabel}$. Artinya kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pasien apotek K24 Gajahmada.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada apotek K24 Gajahmada berdasarkan jenis kelamin konsumen, apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara sendiri-sendiri ataupun secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan pasien). Berdasarkan hasil karakteristik responden diketahui bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin wanita sebesar 52 orang dan usia responden sebagian besar antara 31-50 tahun sebesar 41. Sedangkan menurut pendidikan terakhir sebagian besar adalah SMA dengan jumlah 29 orang. Responden terbanyak berprofesi sebagai pegawai swasta dan sebagian besar tingkat pendapatan sebesar Rp 1.000.001,00 – Rp

3.000.000,00. Pengguna jasa Apotek K24 Gajahmada sebagian besar telah melakukan kunjungan sebanyak 3 - 6 kali dan paling sedikit menggunakan < 3 kali.

Penelitian ini dilakukan di Apotek K24 Gajahmada, yang terletak di Jl. Gajahmada, Gunungketur, Pakualaman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55166 menggunakan *one way anova* dan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini peneliti terjun langsung dalam proses pembagian dan pengisian kuesioner.

Dari hasil penelitian ternyata diketahui tidak terdapat perbedaan secara nyata kualitas pelayanan pada pasien Apotek K24 Gajahmada. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2007:121) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kemudian untuk fasilitas juga tidak terdapat perbedaan secara nyata pada ekspektasi pasien pria dan wanita, karena fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada pasien.

Berdasarkan hasil pengujian secara sendiri kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pasien. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, yang artinya semakin baik pelayanan, semakin tinggi kepuasan pasien. Dalam hal ini kualitas pelayanan pada apotek dirasa penting oleh pasien, karena dengan kualitas baik yang diberikan kepada pasien akan memberikan kepuasan yang tinggi pada pasien yang rela mengeluarkan harga yang relatif lebih mahal.

Karyawan Apotek K24 Gajahmada mampu memberikan bukti fisik yang baik sehingga akan memberikan kepuasan pasien pengguna. Bukti fisik tersebut meliputi kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Fasilitas fisik berupa: gedung, gudang, dan lain-lain. Perlengkapan dan peralatan yang digunakan berupa penggunaan teknologi terkini. Serta penampilan pegawainya.

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Semakin handal karyawan Apotek K24 Gajahmada dalam memberikan informasi, berpenampilan baik, pelayanan ramah, dan mampu mengatasi keluhan pasien maka pasien akan merasa puas. Karyawan Apotek K24 Gajahmada selalu memberikan pelayanan dengan informasi yang akurat tentang kedatangan, fasilitas yang tersedia dan segala kebutuhan pasien yang dapat memuaskan sehingga tidak berpindah ke apotek lain.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan semakin cepat daya tanggap karyawan Apotek K24 Gajahmada terhadap pasien, maka pasien akan merasa puas. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pasien menunggu persepsi negative dalam kualitas pelayanan.

Apotek K24 Gajahmada mampu memberikan jaminan secara pasti tentang pelayanan keamanan sehingga akan memberikan kepuasan pasien pengguna. Dalam hal ini pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Kesemua indikator tersebut dapat memberikan kepuasan pasien.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Apotek K24 Gajahmada belum mampu memberikan empati pelayanan terhadap pasien sehingga pasien merasa kurang puas. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pasien. Namun hal tersebut sulit terjadi karena perasaan pasien yang sedang tidak kondusif untuk berkomunikasi sehingga karyawan kurang maksimal dalam memberikan empati kepada pasien.

Untuk hasil pengujian secara bersama kedua variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent* yaitu kepuasan pasien, artinya bahwa kedua variabel saling mendukung dalam mempengaruhi kepuasan pasien.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Apotek K24 Gajahmada, apakah terdapat perbedaan pelayanan terhadap kepuasan pasien berdasarkan jenis kelamin, dan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama dan secara sendiri berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Setelah dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner, dilakukan pengolahan data dengan beberapa uji prasyarat, uji hipotesis, uji analisis *one way anova*, dan regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Menurut persepsi pasien tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan Apotek K24 Gajahmada antara pasien pria dan wanita.
2. Karyawan Apotek K24 Gajahmada mampu memberikan bukti fisik yang baik sehingga akan memberikan kepuasan pasien pengguna.
3. Semakin handal karyawan Apotek K24 Gajahmada dalam memberikan informasi, berpenampilan baik, pelayanan ramah, dan mampu mengatasi keluhan pasien maka pasien akan merasa puas.
4. Semakin cepat daya tanggap karyawan Apotek K24 Gajahmada terhadap pasien, maka pasien akan merasa puas.
5. Apotek K24 Gajahmada mampu memberikan jaminan secara pasti tentang pelayanan keamanan sehingga akan memberikan kepuasan pasien pengguna.
6. Apotek K24 Gajahmada mampu memberikan empati pelayanan yang baik sehingga konsumen akan merasa puas.
7. Kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pasien Apotek K24 Gajahmada.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek K24 Gajahmada kepada pasien. Adapun saran dibuat berdasarkan hasil pengecekan item dari rata-rata seluruh responden. Rata-rata skor dari setiap item pertanyaan yang masih rendah akan diberikan saran sebagai pertimbangan perusahaan agar hal tersebut dapat ditingkatkan lagi, tetapi rata-rata skor setiap item yang sudah tinggi akan diberikan saran sebagai pertimbangan perusahaan untuk tetap mempertahankan hal tersebut. Adapun saran yang akan diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan yang telah diberikan kepada konsumen sehingga pasien akan tetap menggunakan jasa tersebut karena adanya ekspektasi yang baik terhadap Apotek K24 Gajahmada.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan empati yang lebih menyakinkan pasien atau pelanggan sehingga di kemudian hari pasien akan lebih merasa puas dengan kualitas dan fasilitas yang ada pada Apotek K24 Gajahmada.

5.3 Keterbatasan

Dalam penelitian ini masih banyak kendala yang dialami oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Data jawaban responden dari kuesioner yang sudah dibagikan kurang bervariasi sehingga kurang sesuai dengan harapan penulis. Pada awalnya peneliti mengharapkan jawaban responden yang bervariasi menggunakan skala 1-5 namun ternyata sebagian besar jawaban responden kurang bervariasi pada setiap item pertanyaan.
2. Jenis apotek yang diteliti oleh penulis hanya Apotek K24 Gajahmada yang merupakan apotek untuk jenis-jenis obat umum tertentu saja artinya kelengkapan obat yang tersedia akan mempengaruhi kepuasan pasien dalam menggunakan jasanya.

Daftar pustaka

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13, Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Amstrong G dan Kotler P. (1997). *“Dasar-Dasar Pemasaran, Principle of Marketing”*. Jilid 1. Jakarta;Prenhalindo
- Basu S. (1984). *“Azaz-Azaz Marketing”*. Edisi 3. Yogyakarta ;Liberty
- Dewi, R.I. (2010) *“Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus pada Puskesmas Gunung pati Semarang)”*. Skripsi. Semarang Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Setyawan. (2014) *“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap KepuasannPasien di UPT Puskesmas Rongkop Kabupaten Gunung Kidul”*. Skripsi . Yogyakarta. STIE Widya Wiwaha
- Engel, James F, Black W dan Roger D. (1994). *“Perilaku Konsumen”*. Edisi keenam. Jilid 1. Jakarta:Binarupa.
- Fanddy T. (2010). *“Pemasaran Jasa”*. Yogyakarta ; Bayumedia Publishing.
- Suryani, Tatik (2008), *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fanddy T. (1996). *“Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta: Andi Offset

Jiptono, fandy. 2000. "*Prinsip prinsip total quality service*". Yogyakarta. Andi offset.

Sangadi, Etta Mamang dan Sopiah. (2013), *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Iful, Anwar (2015), *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*, jurnal ilmu dan riset manajemen, vol 4, nomor 12, desember (2015).

Lofhafri, T, Indar dan Darmawansyah "*Analisis Tingkat Kepuasan Pasien di Puskesmas Bara Permai Kota Palopo*". Jurnal. Bagian AKK Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin.

Rambat, L. Dan Hamdani, A. (2006). "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

STIE Widya Widyaha
Jangan Plagiat