

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN APOTEK CABANG PARDASUKA
KECAMATAN LIMAU**

Siti Afifah
afifahsiti405@gmail.com
Yuli Asmawati
yasmawati92@gmail.com

**Universitas Islam Negeri Raden Intan
Lampung**

Received: 09-12-2022	Revised: 10-12-2021	Aproved: 31-12-2021
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Abstrak

The purpose of this study was to determine the effect of service performance on customer satisfaction at the Pardasuka Branch Pharmacy, Limau District. This research is a quantitative descriptive study, using partial least squares (smartPLS 3.0) in data processing. This population is the customer of the Pardasuka Branch Pharmacy, Limau sub-district. The research sample is 50 customers. However, the questionnaire that can be used is only opened 46. Data analysis was carried out in two stages. The first analysis (test validity and test reliability) and the second test the hypothesis. The validity test was carried out by looking at the Average Varice Extracted (AVE) value of each construct and the Outher Loading of each item. The reliability test was carried out by looking at the Composite Reality and Cronbach Alpha values for each construct. The results of the study show that the quality of employee service has a positive and significant effect on customer satisfaction. Because the results of the reliability test on the variable the influence of service quality (X) have a positive and significant effect greater than 0.6, namely the value of Crombach's Alph 0.807 in the supporting direction (Y), namely the value on Crombach's Alph 0.717.

Keywords: purpose, type of research, pollution, sampel, technique, results.

A. Pendahuluan

Kemajuan dalam bidang perekonomian telah membawa perkembangan yang pesat bagi bidang bisnis. Berbisnis merupakan salah satu aspek kegiatan ekonomi untuk menyalurkan barang dan jasa melalui

saluran yang produktif. Sejalan dengan itu banyak bermunculan bisnis yang bergerak dibidang eceranatau yang sering disebut sebagai bisnis ritel. Ritel merupakan mata rantaiyang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapa tbertemu langsung dengan penggunanya. Bisnis ritel ini biasanya berbentuk toko, mini market, Department store (toserba), pasar swalayan (supermarket)dan lain sebagainya.

Berkembangnya suatu bisnis ritel, tidak terlepas juga dengan persaingan. Persaingan disini juga terkait dengan berbagai macam strategi dan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan ritail. Beberapa tujuannya antara lain adalah memaksimalkan penjualan dan memaksimalkan keuntungan. Persaingan ini bisa dilihat dari omzet yang didapat oleh bisnis ritel serta banyaknya cabang atau gerai yang dapat dibuka. Untuk mendapatkan omzet penjualan yang besar setiap bisnis ritel harus melakukan strategi dengan baik agar mampu bersaing dengan usaha ritel lainnya. Salah satunya adalah memperhatikan kepuasan para pelanggan. Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Perusahaan yang menginginkan tercapainya kepuasan pelanggan hendaknya memenuhi kebutuhan konsumennya. Peningkatan kepuasan pelanggan menjadi isu penting karena manfaat yang ditimbulkannya bagi perusahaan.¹

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Jika mutu pelayanan yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan akan memuaskan. Apabila mutu pelayanan sama dengan apa yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika mutu pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang

¹ Sumando Marpaung dkk Desy Natalia Siahaan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Resep Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Rawat Jalan Instalasi Farmasi RSUP H. Adam Malik," *Jurnal STIKNA* 01, no. 01 (2017).

buruk dan dapat menjadi masalah bagi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Apotek Cabang Pardasuka Kecamatan Limau merupakan sebagai salah satu pejualan obat-obatan dan makanan bayi yang berlokasi di Kecamatan Limau. Dalam menjalankan usahanya, ada beberapa toko yang menjadi pesaingnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi harga, tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan dicerminkan sebagai pelayanan dalam rangka memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi konsumen. Dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan Apotek Cabang Pardasuka selalu melayani dengan profesional dan cepat dan tepat.

Pada Apotek Cabang Pardasuka Kecamatan Limau masih sering dijumpai adanya suatu masalah yang dapat menyebabkan pelanggan atau konsumen mengeluh. Masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan karyawan Apotek Cabang Pardasuka kurang memuaskan, hal ini dilihat dari pelayanan yang lambat, adanya perilaku karyawan yang kurang ramah dan tidak komunikatif.
2. Terdapat karyawan yang tidak profesional dan tidak sesuai dengan prosedur pelayanan saat melayani pelanggan.
3. Membawa masalah pribadi dalam pekerjaan atau yang lainnya, sehingga menyebabkan pelayanan terhadap pelanggan menjadi kurang atau tidak maksimal.

Berdasarkan kenyataan di atas inilah yang menarik peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Cabang Pardasuka Kecamatan Limau.

B. Pembahasan

a. Teori Kepuasan Pelanggan

4. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara

harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Mendefinisikan kepuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan ini tercapai apabila terpenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan merasa tidak puas apabila keinginan dan kebutuhan konsumen tidak dapat terpenuhi.²

b. Teori Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang diuntut kejeliannya untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat berubah.³ Dengan demikian kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor. menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

2. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan

² William Juwana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN Persero Rayon Makassar Barat," 2013.

³ Desy Natalia Siahaan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Resep Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Rawat Jalan Instalasi Farmasi RSUP H. Adam Malik."

harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Teori Strategi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Mengemukakan beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, antara lain:

- *Strategy superior customer service*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu jasa dan kinerja lembaga. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.

- *Strategy unconditional service guarantees* atau *extraordinary guarantees*.

Garansi atau jaminan mutlak dirancang untuk meringankan risiko/kerugian pelanggan. Garansi tersebut menjanjikan kualitas prima dan kepuasan pelanggan, sehingga memaksa lembaga untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas pelanggan. Fungsi utama garansi adalah untuk meminimalisir rasa kecewa para pelanggan atas segala sesuatu yang diberikan oleh lembaga yang bersangkutan. Suatu garansi yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, diantaranya adalah:

1. Realistis dan dinyatakan secara spesifik.
2. Sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami.
3. Tidak membebani pelanggan dengan syarat-syarat yang berlebihan.

4. Berfokus pada kebutuhan pelanggan.
 5. Memberikan standar kinerja yang jelas.
- Strategi penanganan keluhan yang efisien Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas, manfaat lainnya antara lain:
 1. Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang kecewa.
 2. Penyedia jasa bisa terhindar dari publistas negatif.
 3. Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanannya pada saat ini.
 4. Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya.
 5. Pegawai dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas lebih baik.

Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Sumber masalah ini perlu diatasi dan ditindaklanjuti agar dimasa mendatang tidak timbul masalah yang sama. Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik. Yang penting bagi pelanggan adalah bahwa pihak lembaga harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan, dan penyesalan terhadap kecewanya pelanggan dan berusaha memperbaiki situasi. Oleh karena itu para karyawan/pegawai perlu dilatih dan diberdayakan untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu. Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu sebagai berikut:

- a. Empati pada pelanggan yang marah.
- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan.
- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau Keluhan
- d. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan tentu dibutuhkan suatu pengukuran terhadap kepuasan pelanggan. Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberi umpan balik dan masukan dalam menentukan kebijakan dan strategi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

- Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga Sistem Keluhan dan Saran dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi .
- Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang

suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

- Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.⁴

b. Teori Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Menyatakan bahwa “pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang ada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh sesuatu yang dinginkannya

2. Teori Kualitas pelayanan

Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan”. Secara

⁴ Novia Susanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . Astellas Pharma Indonesia,” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1, no. 1 (2017): 77–91.

garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, Apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.. Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen.

3. Teori Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan. Menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

- *Perceived Service Perceived service*

terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

- *Expected service Expected Service*

Terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.⁵

⁵ Irzaldi Yazid and Wahyu Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no. 40 (2021): 305–15.

1) Metode penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan *partial least square (smartPLS 3.0)* dalam pengolahan datanya. Populasi ini adalah pelanggan Apotek Cabang Pardasuka kecamatan limau. Sampel penelitian sebanyak 50 pelanggan. Namun kuioner yang dapat digunakan hanya berjumlah 46.⁶

2) Hasil penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan *partial least square (smartPLS 3.0)* dalam pengolahan datanya. Populasi ini adalah pelanggan Apotek Cabang Pardasuka kecamatan limau. Sampel penelitian sebanyak 50 pelanggan. Namun kuioner yang dapat digunakan hanya berjumlah 46.⁷

3) Pembahasan

Analisi data dilakukan dengan dua tahap. Pertama Analisis (uji validitas dan uji realibilitas) dan yang kedua uji hipotesis. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *Average Varice Extracted (AVE)* setiap konstruk dan *Outher Loading* setiap items. Uji realibilitas dilakukan dengan melihat nilai *Composite Realibity* dan *Cronbach Alpha* setiap konstruk.

Uji Validitas

Nilai AVE dan Outher Loading menunjukkan bahwa instrument yang digunakan penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan hasil *running data* uji *convergent validity* dan AVE dengan menggunakan smartPLS 3.0.

Tabel 1.1

Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Crombach's	Keterangan
-----	----------	------------	------------

⁶ Syntax Literate Ahmad Kamaludin, "Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Fuji Lestari Majalengka," *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2019, 47–55.

⁷ Syntax Literate Ahmad Kamaludin, "Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Fuji Lestari Majalengka," *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2019, 47–55.

		Alph	
1.	Pengaruh kualitas pelayanan	0,807	Reliabel
2.	Kepuasan pelanggan	0,717	Reliabel

Menurut hasil pengujian dari kedua variable diatas dinyatakan bahwa variable pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dipercaya karena nilai Crombach's Alph masing-masing variable tersebut lebih besar dari 0,6.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek, dilakukan uji hipotesis dengan melihat confidencs intervals.

Tabel 1.2
Hasil Pengujian Hipotesis

Path Coeficients			
Original Sample		Sampel Mean	P-values
Pengaruh Kualitas (kepuasan pelanggan)	0,786	0,805	0,005

Sumber: Bootstaping SmartPLS 3.0

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat di kemukakan bahwa pengaruh kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis teruji kebenarannya dan dapat diterima.

C. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena hasil dari pengujian Reliabilitas pada Variabel pengaruh kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan lebih besar dari 0,6 yaitu nilai Crombach's Alph 0,807 sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu nilai nya pada Crombach's Alph 0,717. dan dapat dikemukakan bahwa pengaruh kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis teruji kebenarannya dan dapat diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya, Rafsanjani Rafsanjani (2018), Jazuli Akhmad STIE Widya wiwaha dengan judul penelitian "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus di apotek k24 gajah mada yogyakarta". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bukti langsung (tangibles), kehandalah (reliability), daya tanggap (responsiveness), dan empati (emphaty) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Kamaludin, Syntax Literate. "Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Fuji Lestari Majalengka." *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2019
- Desy Natalia Siahaan, Sumando Marpaung dkk. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Resep Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Rawat Jalan Instalasi Farmasi RSUP H. Adam Malik." *Jurnal STIKNA* 01, no. 01 (2017).
- Juwana, William. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN Persero Rayon Makassar Barat," 2013
- Susanti, Novia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . Astellas Pharma Indonesia." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1, no. 1 (2017)
- Yazid, Irzaldi, and Wahyu Hidayat. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gadjah Mada Yogyakarta)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*