

I. PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Dewasa ini lingkungan bisnis telah menjadi lingkungan yang berubah sangat cepat. Tuntutan kebutuhan lebih mengarah kepada kebutuhan masyarakat modern. Hal ini akibat adanya perubahan dalam berbagai aspek kehidupan seperti lingkungan, selera konsumen, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing, tata ekonomi dan aspek sosial budaya yang cenderung berubah karena globalisasi.

Melihat kondisi tersebut maka banyak perusahaan yang ingin tetap bertahan hidup dan saling berlomba-lomba untuk dapat merebut pasar seluas-luasnya agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya. Sehubungan itu tugas manajer perusahaan adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dapat menyesuaikan perusahaan dengan perubahan lingkungan yang sering kali terjadi.

Usaha untuk memelihara konsumen, biaya lebih murah dibanding biaya untuk merekrut konsumen baru. Langkah-langkah yang dikembangkan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen dilakukan melalui peningkatan nilai konsumen yaitu : mempertahankan konsumen, investasi dalam teknologi, sumber

daya manusia yang bermutu dan mencegah terjadi masalah yang tidak baik dengan konsumen.

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan No.1332/Menkes/SK/X/2003, maka definisi apotek adalah tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian, penyalur sediaan, dan perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat. Dalam peraturan ini seorang apoteker bertanggung jawab atas pengelolaan apotek, sehingga pelayanan obat kepada masyarakat akan lebih terjamin keamanannya, baik kualitas maupun kuantitasnya.

Pada saat ini kegiatan pelayanan kefarmasian yang semula hanya berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditi menjadi pelayanan yang berfokus pada pasien yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. Peran apoteker diharapkan dapat menyeimbangkan antara aspek klinis dan aspek ekonomi demi kepentingan pasien.

Apotek Enggal adalah sebuah usaha dagang yang bergerak dalam bidang kesehatan yaitu dengan melakukan penjualan obat-obatan. Dari sekian banyak apotek yang menjual obat-obatan bahkan sekarang sudah banyak juga terdapat mini-mini market bahkan didalam mall pun sudah terdapat Apotek sehingga dapat menimbulkan persaingan yang cukup ketat dalam penjualan obat-obatan.

Dalam meningkatkan persaingan tersebut Apotek Enggal berusaha meningkatkan pengelolaannya dengan banyak cara yaitu menjaga kebersihan melengkapi fasilitas seperti memberikan ruangan pendingin dan televisi sehingga membuat konsumen bersantai sejenak ketika menunggu dalam pengambilan obat, buka

hingga 24 jam. Keunggulan lain Apotek Enggal juga di lengkapi laboratorium, bekerja sama dengan suatu perusahaan-perusahaan (kemitraan), tempat peraktek dokter juga memiliki 4 cabang perusahaan yaitu Enggal Waras, Enggal Saras, Enggal Uras, Enggal Bagus. Dengan cara-cara tersebut Apotek Enggal dapat lebih unggul dan melakukan persaingan dari apotek lainnya sehingga membuat para konsumen tidak berfikir lama untuk menuju kesana.

Apotek Enggal selama ini telah berusaha memberikan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasn konsumen. Hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Apotek Enggal sehingga konsumen enggan beralih ke Apotek lain.

Agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan berjalan baik, perlu diperhatikan bauran pemasarannya. Bauran pemasaran (*marketing mix*) Jasa yang dimaksud menurut (Rambat Lupiyoadi) adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan Produk

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Obat-obatan yang berarti banyak memiliki kata dasar obat. Obat adalah bahan atau zat yang berasal dari tumbuhan, hewan, mineral maupun zat kimia tertentu yang dapat digunakan untuk mengurangi rasa sakit, atau penyembuhan penyakit. Apotek Enggal menawarkan produk obat-obatan, yang ditawarkan pada Apotek Enggal terdapat 2 jenis yaitu obat generik dan obat paten.

a. Generik

Obat generik adalah obat yang telah habis masa patennya, sehingga dapat diproduksi oleh semua perusahaan farmasi tanpa perlu membayar royalti.

([http://www.stopobatpalsu.com/index.php?](http://www.stopobatpalsu.com/index.php?modul=bertindak&cat=BerObat)

modul=bertindak&cat=BerObat, Indonesia sehat, Depkes, 16-7-10 0:22)

Tabel I. 6 Daftar Obat Generik

OBAT GENERIK		
Antalgin	Cetirizine	Gliquidone
Amoxicilin	Clonidine	Haloperidol
Asamapenamat	Chloramphenicol	Loratadine
ampisilin	Diltiazem	Metronidazole
Amlodipine	Digoxin	Piracetam
Acyclovir	Doxycycline	Propranolol
Cefadroxil	Erythromycin	Paracetamol
Clindamycin	Famotidine	Pyrazinamide
Cefixime	Furosemide	Rifampicin
Captopril	Griseofulvin	Rifamibi
Carbamazepine	Glimepiride	Ranitidine

Sumber : Apotek Enggal, 2010

b. Obat Paten

Pengertian obat paten atau dalam kamus obat dikenal dengan nama *Spesialite* adalah obat yang milik suatu perusahaan dengan nama khas yang dilindungi hukum, yaitu merek terdaftar atau *proprietary name*.

([http://www.stopobatpalsu.com/index.php?](http://www.stopobatpalsu.com/index.php?modul=bertindak&cat=BerObat)

modul=bertindak&cat=BerObat, Indonesia Sehat, Depkes, 16-7-10 0:22)

Adapun jenis obat paten yang terdapat pada Apotek Enggal adalah sebagai berikut:

Tabel I. 7 Daftar Obat Paten

OBAT PATEN		
Amaryl	Glurenorm	RIF
Amoxan	Imodium	Silopect
Akilen	Lanovit	Seretide
Acitral	Lyricapregabalin	Stelazine
Angioten	Metformin HCL	Siclidon
Alganax	Neorophil	Tonar
Baquinor	Nitrokaf Retard	Tramal
Calebrex	Nexium	Telfast
Clabat	Pregnacare	Vitacid
Etibi	Primolut	Valisanbe
Gastridin	Reotal	Vitamam

Sumber : Apotek Enggal, 2010

2. Kebijakan Harga

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk. Jadi penentuan harga obat-obatan yang diberikan pada Apotek Enggal sesuai dengan kualitas obat yang di jual

Adapun perbandingan harga obat pada Apotek Enggal dengan Apotek lain:

Tabel I. 8 Perbandingan Harga Obat

No	Apotek Enggal		Apotek Sentausa		Apotek Gemari	
	Nama Obat	Harga/Satuan	Nama Obat	Harga/Satuan	Nama Obat	Harga/Satuan
1	Amoxan	3.500	Amoxan	3.700	Amoxan	3.550
2	Ambixal 5ml	5.800	Ambixal 5ml	6.800	Ambixal 5ml	6.245
3	Biosanbe Plus	25.800	Biosanbe Plus	26.100	Biosanbe Plus	26.100
4	Cedantrun	2.270	Cedantrun	2.500	Cedantrun	2.500
5	Cavit D3	1258	Cavit D3	1258	Cavit D3	1258
6	Cataflam 50ml	750	Cataflam 50ml	1.010	Cataflam 50ml	750
7	Cendocitol	29.000	Cendocitol	30.000	Cendocitol	29.500
8	Candistatin Drop	40.600	Candistatin Drop	40.600	Candistatin Drop	40.200
9	Forbetes 500ml	1.125	Forbetes 500ml	1.125	Forbetes 500ml	1.000
10	Glupast 30ml	6.530	Glupast 30ml	7.000	Glupast 30ml	7.000
11	Grafic	1.238	Grafic	1.238	Grafic	1.200
12	Inbion	1.200	Inbion	1.200	Inbion	1.200
13	Interzol	6.050	Interzol	6.050	Interzol	6.250
14	Jumapid 300ml	10.931	Jumapid 300ml	11.121	Jumapid 300ml	11.121
15	Jyloric 100ml	1.500	Jyloric 100ml	1.500	Jyloric 100ml	1.350
16	Mefinal	1.400	Mefinal	1.500	Mefinal	1.525
17	Mogobal	1.760	Mogobal	2.000	Mogobal	1.810
18	Asamapenamat	200	Asamapenamat	200	Asamapenamat	200
19	Amoxixilin	500	Amoxixilin	500	Amoxixilin	500
20	Captensin 250	3.100	Captensin 250	3.100	Captensin 250	3.100
21	Cefadoxil	1.100	Cefadoxil	1.100	Cefadoxil	1.100
22	Centrizin	390	Centrizin	390	Centrizin	390
23	Paracetamol	131	Paracetamol	131	Paracetamol	131
24	Propanolol	72	Propanolol	72	Propanolol	72
25	Simpastatin	675	Simpastatin	675	Simpastatin	675

Tabel diatas adalah tabel perbandingan harga obat pada Apotek Enggal dengan Apotek Sentausa dan Apotek Gemari jika dilihat dari tabel diatas harga obat Apotek Enggal cenderung lebih murah dibandingkan dengan ke-3 Apotek tersebut. Dengan harga yang diberikan pada Apotek Enggal dapat lebih meningkatkan daya beli konsumen sehingga tingkat volume penjualan dapat terus bertambah.

3. Kebijakan Promosi

Promosi bertujuan sebagai media komunikasi perusahaan dengan konsumen, serta sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian dan penggunaan barang/jasa.

Apotek Enggal menggunakan kebijakan promosi dengan melakukan

- Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) dimana kegiatan promosi dilakukan secara langsung kepada calon pembelinya yaitu Apotek Enggal melakukan pendekatan pada perusahaan-perusahaan besar untuk bekerja sama

Sumber : Apotek Enggal, Apotek sentausa, Apotek Gemari 2010

bekerja sama pada

Apotek Enggal antar lain BI, PTP, PLN dan Telkom

Selebihnya Apotek Enggal tidak menggunakan jenis-jenis promosi yang ada, hanya saja perusahaan obat sering menggunakan Apotek Enggal untuk dijadikan tempat melakukan kegiatan promosi produk perusahaan tersebut.

Contoh: CDR yaitu suplemen yang berguna untuk menjaga kesehatan tulang, mengadakan pengecekan tulang untuk konsumen-konsumen Apotek Enggal.

Perusahaan obat Apotek Enggal tidak banyak menggunakan kegiatan promosi karena para masyarakat atau konsumen telah mengenal *image* Apotek Enggal sebagai Apotek yang lengkap dan berkualitas.

4. Kebijakan Tempat

Apotek Enggal yang beralamatkan di Jl. Raden Intan Tanjung Karang ini memiliki letak dan posisi yang sangat strategis mudah dijangkau dengan kendaraan umum dan terletak di tengah kota.

Segmentasi Apotek Enggal ini apabila dilihat dari:

- Geografis/wilayah : segmen Apotek Enggal khususnya untuk wilayah yang berada di pusat kota, seiring berkembangnya Apotek Enggal segmentasinya meluas menjadi seluruh wilayah Bandar Lampung merupakan menjadi segmen Apotek Enggal.
- Demografis /penduduk : Apotek Enggal didirikan untuk semua kalangan dari kalangan bawah sampai kalangan atas, pembeli individu maupun organisasi dapat melakukan pembelian pada Apotek Enggal tersebut.

5. Kebijakan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Sumber daya manusia pada Apotek ini sudah cukup baik dan Apoteker yang sangat ahli dan

berpengalaman dan juga pegawai-pegawai yang sesuai dengan tugasnya masing-masing yang sangat terampil dalam peracikan obat, tetapi masih terus dikembangkan agar menjadi tenaga kerja yang lebih baik dan dapat melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya.

6. Kebijakan (Bukti fisik)

Bentuk fisik atau tampilan luar merupakan kesan awal pelanggan akan kualitas produk yang ditawarkan. Bentuk-bentuk fisik yang dimiliki Apotek Enggal adalah:

- Gedung Apotek Enggal cukup bersih, memiliki tatanan yang rapih dan terlihat nyaman.
- Apotek Enggal memiliki lahan/tempat parkir yang cukup luas sehingga konsumen dapat memarkirkan kendaraannya.
- Keamanan yang selalu siap menangani apabila terjadi suatu masalah yang dihadapi baik konsumen maupun pegawai setempat.
- Tersedianya fasilitas TV, pendinging ruangan sehingga konsumen tidak merasa jenuh apabila sedang menunggu.
- Apotek Enggal memiliki kios roti kecil sebagai salah satu pelayanan yang diberikan Apotek Enggal kepada konsumen.

7. Kebijakan Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal, pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

- Jadwal buka Apotek hingga 24 jam
- Prosedur pembelian dalam Apotek ini adalah untuk konsumen yang memakai resep terlebih dahulu menyerahkan resepnya di loket 1 untuk di data ketersediaan obat maupun harga obatnya setelah itu konsumen dapat langsung membayar dan menunggu untuk dipanggil kembali jika obat yang dibeli sudah selesai diracik/proses.
- Apotek Enggal memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak, sehingga membuat antrian berlangsung cukup lama dan juga karena obat-obatan yang diterima terlebih dahulu diracik sesuai dengan resep yang diterima.

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen diperlukan kinerja perusahaan sampai melebihi harapan konsumen, minimal sesuai harapan pelanggan. Jika melebihi dari yang diharapkan maka perusahaan dapat mempertahankannya. Bila dibawah harapan, maka perusahaan segera meningkatkan sesuai dengan yang diharapkan sehingga konsumen tidak meninggalkan perusahaan.

Diabaikannya pelayanan dalam kegiatan pemasaran bisa menimbulkan rasa tidak puas bagi pelanggan dan akan merugikan pihak perusahaan. Riset menunjukkan semakin cepat perusahaan memberikan respon terhadap keluhan, semakin banyak perubahan yang ditawarkan dan semakin baik sikap pelayanan perusahaan, semakin tinggi kepuasan terhadap perusahaan.

**Tabel I.1 Jumlah Volume Penjualan Obat Pada Apotek Enggal
Tahun 2007-2009**

Sumber: Apotek Enggal, 2010

Dilihat dari tabel di atas perolehan penjualan yang diterima oleh Apotek Enggal pada tahun 2007-2008 mengalami kenaikan sedangkan pada tahun 2009 perolehan penjualan obat-obatan yang diterima menurun dari tahun sebelumnya, alasan penjualan obat pada Apotek Enggal mengalami penurunan adalah ketatnya persaingan di dalam penjualan obat-obatan serta pada tahun 2008 jumlah konsumen mengalami kenaikan sedangkan pegawai yang ada masih kurang untuk melayani tingkat pembelian yang begitu banyak sehingga pelayanan berupa proses peracikan obat yang tidak cepat sehingga mengakibatkan terjadinya keluhan konsumen.

Dapat dilihat pada lampiran 1 rincian tabel volume penjualan obat-obatan pada

Tahun	Jumlah		TOTAL	%
	Obat Generik	Obat Paten		
2007	14042	13930	27972	23,31
2008	14391	14271	28662	23,88
2009	13869	13794	27663	23,05

Apotek Enggal pada tahun 2007-2009.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam kesehatan, salah satu upaya Apotek Enggal ingin mendapatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan, juga memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar tercipta kepuasan pelanggan.

kepuasan pelanggan yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen pada Apotek Enggal. Kepuasan dapat diukur dengan menilai dimensi kualitas pelayanan (*TERRA*) yang diberikan oleh Apotek Enggal.

Menurut Parasuraman et.al, 1998 yang dikutip Rambat Lupiyoadi dalam buku pemasaran jasa (2001 : 196) mengemukakan lima dimensi yaitu

a. Dimensi bukti fisik (*Tangible*), yaitu aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba fasilitas fisik yang disediakan oleh Apotek Enggal dalam melayani konsumen adalah:

1. Dalam pengolahan sistem kerja Apotek Enggal sudah cukup baik dalam pencarian obat dan harga telah terkomputerisasi sehingga dapat dengan cepat dalam melakukan pelayanan.
2. Apotek Enggal memiliki ruangan yang bersih agar para konsumen merasa nyaman dalam melakukan proses pembelian dan kebersihan adalah sebagian dari kesehatan.
3. Kondisi SDM perusahaan, Apotek Enggal memiliki seragam agar terlihat rapih antar pegawai
4. Kondisi kenyamanan Apotek Enggal dengan disediakan suatu ruang pendingin dan televisi.

b. Dimensi Empati (*Empathy*).

Yaitu kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi, dan kemampuan dalam memahami konsumen.

1. Apotek Enggal mengupayakan karyawannya untuk selalu bersikap sopan dan ramah terhadap konsumen.

2. Kemampuan pegawai dalam berkomunikasi secara efektif dan efisien sehingga hal yang diperlukan saja dalam berkomunikasi dapat mempercepat proses pelayanan.
3. Kemampuan kesabaran yang dimiliki karyawan dalam melayani konsumen.
4. Kemampuan yang dimiliki karyawan Apotek Enggal terhadap kepedulian kepuasan konsumen.

c. Dimensi Keandalan (*Reability*)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*.

Keandalan yang dimiliki oleh Apotek Enggal adalah:

1. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai dengan rencana, seperti jam buka hingga 24 jam
2. Apotek Enggal memiliki Apoteker yang berpengalaman sehingga dalam pengolahan obat dapat terjamin.
3. Apotek Enggal bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar atau bisa disebut dengan kemitraan, sehingga para pegawai perusahaan yang telah bekerjasama dapat melakukan pembelian dengan gratis.
4. Distributor-distributor obat yang ada selalu terus mengorder produk pada Apotek Enggal sehingga keadaan suatu produk obat-obatan pada Apotek ini dapat tergolong lengkap.
5. Apotek Enggal tidak hanya melakukan penjualan obat-obatan Apotek ini juga menyediakan pelayanan kesehatan yang difasilitasi laboratorium dan

tempat praktek dokter-dokter, dimensi ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki Apotek Enggal

d. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Responsiveness adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis (Handy Irawan D, 2003 : 65). Harapan konsumen terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

1. Memberikan penjelasan informasi apabila konsumen menderita suatu penyakit dan tidak tahu obat apa yang harus dikonsumsi agar dapat membaik.
2. Pegawai berusaha untuk memberikan pelayanan dengan cepat agar para konsumen tidak merasa jenuh dalam menunggu
3. Pegawai bersedia membantu memberikan informasi dan saran yang dibutuhkan kepada konsumen

e. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Dimensi keempat dari lima dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan konsumen adalah *assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan kemampuan perusahaan dan berlaku *front line staff* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para konsumen (Handy Irawan, 2003 : 69). Berdasarkan

banyak riset yang dilakukan ada empat aspek dari dimensi, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

Apotek Enggal memberikan jaminan kepada konsumen apabila:

1. Konsumen diberikan jaminan atau Apotek Enggal bertanggung jawab penuh apabila terdapat kesalahan pihak Apotek kepada konsumen dalam pemberian obat.
2. Apotek Enggal bertanggung jawab apabila terjadi kerusakan pada obat yang diterima oleh konsumen.

Sebelum lebih lanjut membahas tentang kepuasan konsumen, terlebih dahulu harus diketahui siapakah konsumen. menurut Rambat Lupiyoadi (2001 : 142), konsumen adalah seorang yang datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Perusahaan jasa yang baik adalah perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa telah sesuai atau melebihi harapan konsumen terhadap pelayanan tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut, tampak bahwa konsumen merupakan kunci utama bagi suatu perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan maupun jasa. Menurut Kotler dan Susanto (2000 : 52), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya, sedangkan ketidak puasan timbul akibat hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tersebut. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat mengidentifikasi standar pelayanan yang diinginkan konsumen atas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, akan diteliti : “ HUBUNGAN PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN OBAT-OBATAN PADA APOTEK ENGGAL BANDAR LAMPUNG”

I.2 Rumusan Masalah

Ukuran keberhasilan suatu perusahaan salah satunya ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Masalah yang dihadapi di lihat pada tabel 1.1 perolehan penjualan yang diterima oleh Apotek Enggal pada tahun 2007-2008 mengalami kenaikan sedangkan pada tahun 2009 perolehan penjualan obat-obatan yang diterima menurun dari tahun sebelumnya

Alasan penjualan obat pada Apotek Enggal mengalami penurunan adalah ketatnya persaingan di antara Apotek itu sendiri, dalam hal penjualan obat-obatan. Pada tahun 2008 jumlah konsumen mengalami kenaikan sedangkan pegawai yang ada masih kurang maksimal untuk melayani tingkat pembelian yang begitu banyak sehingga pelayanan berupa proses peracikan obat yang tidak cepat mengakibatkan

terjadinya keluhan konsumen, sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan tingkat penjualan pada tahun 2009 mengalami penurunan.

Apotek Enggal tentunya akan terus meningkatkan pelayanan dan berusaha sebaik mungkin memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen, ini dapat dilihat dari bentuk pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Apotek Enggal kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian data diatas, maka dapat diangkat suatu permasalahan “Apakah ada hubungan antara pelayanan yang diberikan oleh Apotek Enggal dengan kepuasan konsumen”

I.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, dan kemampuan yang ada pada penulis, maka penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya ditujukan kepada konsumen yang merasakan pelayanan pembelian obat-obatan pada Apotek Enggal.
2. Penelitian ini hanya dilakukan untuk mengetahui hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Apotek Enggal.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen Apotek Enggal
2. Memberikan informasi yang berguna bagi kegiatan pemasaran yang dilakukan, serta sebagai bahan pertimbangan manajemen Apotek Enggal untuk menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan terhadap pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak lain:

1. Bagi Perusahaan

- a. Penulisan skripsi ini dapat sebagai masukan dan pertimbangan lebih lanjut dalam mengambil keputusan strategi pemasaran yang diterapkan guna mewujudkan tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan.
- b. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas. Hal ini menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan bagi perusahaan.

2. Bagi Penulis

- a. Penulisan ini bermanfaat untuk menambah ilmu dan pengetahuan serta pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh di perkuliahan.
- b. Sebagai tambahan pengetahuan dalam dunia praktis untuk disesuaikan dengan pengetahuan teori-teori yang di peroleh dalam perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Penulisan skripsi ini dapat sebagai bahan kajian pustaka atau referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang

- b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta diharapkan dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa khususnya dan para pembaca pada umumnya.

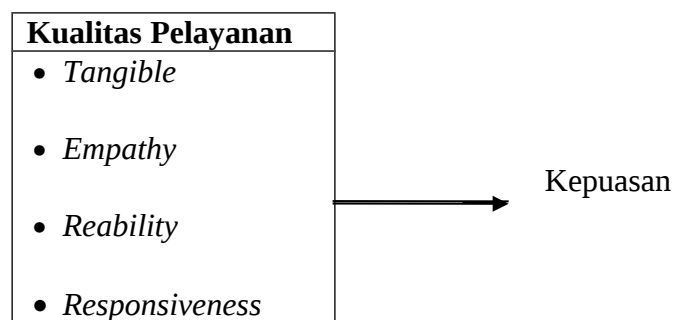
1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan berfikir teoritis untuk menjawab, mengungkapkan masalah dan tujuan penelitian. Oleh karena itu, perlu dikemukakan dalam variabel-variabel yang terkandung dalam penelitian ini.

Variabel yang diperlukan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah pelayanan terhadap konsumen. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Didalam pemasaran ada hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen, apabila pelayanan yang diberikan baik, maka pelanggan pun akan merasa puas.

Karena pentingnya pelayanan dalam sebuah perusahaan adalah agar dapat memperoleh laba yang optimal dan mempertahankan kelangsungan perusahaan. Implikasi dari konsep ini adalah memaksimalkan pelayanan bagi konsumen untuk mencapai kepuasan.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



- *Assurance*

1.6 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut : Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Apotek Enggal.