

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan ilmu dan teknologi telah berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, mendorong individu untuk lebih memperhatikan derajat kesehatan mereka sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup. Dengan demikian, penyediaan layanan kesehatan bagi masyarakat merupakan aspek penting yang perlu mendapatkan perhatian serius dari pemerintah, sebagai bagian dari langkah strategis dalam pembangunan sektor kesehatan. Apotek merupakan salah satu bagian dari sektor tersebut, yang memiliki peran penting dalam menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan masyarakat.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, sektor apotek menjadi salah satu industri yang mengalami perkembangan pesat. Hal ini tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat akan produk farmasi yang selalu meningkat, serta peran apotek sebagai penyedia obat-obatan yang aman dan terjangkau. Apotek tidak hanya menjadi tempat penyedia obat, tetapi juga sebagai penyedia layanan kesehatan yang dapat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kebutuhan akan produk farmasi yang aman, berkualitas, dan mudah diakses, apotek harus mampu bersaing untuk memperoleh kepercayaan serta kesetiaan pelanggan. Selain menawarkan produk farmasi, apotek juga diharap memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Apotek Confi-D merupakan salah satu apotek di Kabupaten Mojokerto yang memiliki Surat Izin Apotek (SIA) berdiri pada tahun 2010 didirikan oleh Suwanti, berlokasi di Jalan Teratai No.38 Sooko Mojokerto. Apotek Confi-D menyediakan berbagai produk obat-obatan, alat kesehatan, dan layanan kesehatan. Apotek bertanggung jawab dalam menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat, baik obat resep dari dokter maupun obat bebas. Selain itu, apotek juga sering memberikan layanan konsultasi terkait penggunaan obat dan informasi kesehatan kepada konsumen.

Apotek Confi-D Sooko Mojokerto menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin intens. Loyalitas pelanggan merupakan elemen krusial yang berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang apotek, karena loyalitas tidak hanya mencerminkan hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen, tetapi juga mencerminkan tingkat kepuasan mereka terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Di mana salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan adalah persepsi pelanggan terhadap harga, menurut Kotler & Amstrong (2016:324) dalam [1] mendefinisikan bahwa : *“Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”*, (harga dapat dipahami sebagai sejumlah biaya atau nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Harga ini mencerminkan nilai manfaat yang dirasakan atau diterima oleh konsumen dari kepemilikan maupun penggunaan barang atau jasa tersebut). Harga obat adalah sejumlah

nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk farmasi yang dibutuhkan guna menunjang proses penyembuhan atau pemeliharaan kesehatan. Harga obat sering menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian, terutama ketika terdapat banyak pilihan apotek lain yang menawarkan produk serupa.

Harga obat bersifat fluktuatif dan dapat mengalami perubahan tergantung pada kebijakan harga dari *supplier* atau Pedagang Besar Farmasi yang menjadi pemasok utama bagi apotek. Selain itu, perbedaan jenis obat juga turut memengaruhi harga, di mana obat generik umumnya memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan obat paten yang masih memiliki hak eksklusif produksi dan distribusi. Faktor-faktor ini menyebabkan apotek harus cermat dalam menetapkan harga jual agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kelangsungan usaha. Meskipun harga obat merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, namun bukan satu-satunya hal yang menentukan pilihan konsumen terhadap suatu apotek.

Selain mempertimbangkan harga obat, konsumen juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh apotek, karena pengalaman pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan dalam berbelanja. Menurut Tjiptono (2019) dalam [2], kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi yang dikenal dengan nama TERRA menurut (Tjiptono, 2018) dalam [3]: Bukti Fisik (*tangible*),

bukti fisik mencakup elemen-elemen nyata yang menunjukkan perhatian dan kepedulian penyedia jasa terhadap pelanggan. Bukti fisik di Apotek Confi-D meliputi gedung dan ruangan yang bersih serta tertata rapi menciptakan suasana yang nyaman bagi pasien. Obat-obatan disusun secara sistematis di rak sesuai dengan jenisnya untuk memudahkan pelayanan. Selain itu, tersedia kursi tunggu bagi pasien, alat tensi, dan timbangan berat badan sebagai fasilitas pendukung pemeriksaan awal. Karyawan juga berpenampilan rapi dengan seragam lengkap. Empati (*empathy*), empati dalam pelayanan apotek tercermin dari kemampuan tenaga farmasi untuk memahami dan merespons kebutuhan setiap pelanggan secara personal. Misalnya, ketika pasien datang dengan kondisi tidak nyaman, karyawan apotek Confi-D menunjukkan perhatian dengan bersikap sabar, mendengarkan keluhan, dan memberikan solusi yang sesuai. Memberikan penjelasan dengan tenang, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta menyesuaikan cara komunikasi dengan kondisi pasien merupakan bentuk empati yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Keandalan (*reliability*), keandalan merupakan salah satu aspek penting dalam menilai kualitas pelayanan, yang berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang tepat, konsisten, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Karyawan apotek Confi-D memberikan obat sesuai dengan keluhan pasien atau resep dokter, serta memberikan penjelasan yang jelas mengenai cara minum atau penggunaan obat. Memberikan pelayanan yang profesional dan tidak berubah-ubah, mulai dari proses penyerahan obat hingga memberikan informasi penggunaan yang benar. Daya Tanggap (*responsiveness*), daya

tanggap merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat serta menunjukkan kesiapan dalam merespons kebutuhan maupun keluhan pelanggan. Karyawan Apotek Confi-D menunjukkan sikap tanggap yang baik dengan memberikan bantuan secara cepat, pada saat menerima keluhan pasien maupun saat diminta menjelaskan informasi terkait obat. Jaminan (*assurance*), jaminan dalam pelayanan apotek mencakup pengetahuan, keterampilan, serta sikap profesional tenaga farmasi yang mampu membangun rasa aman dan kepercayaan pelanggan. Karyawan apotek Confi-D mampu menjelaskan dosis dan efek samping obat dengan jelas, melayani dengan sopan dan penuh perhatian. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk kepuasan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap apotek.

Selain harga dan kualitas pelayanan, penilaian pelanggan terhadap pengalaman berbelanja turut menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan emosional dan psikologis pelanggan secara keseluruhan dipengaruhi oleh perbandingan antara ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya dan hasil nyata yang mereka alami saat menggunakan produk atau layanan (Ariany & Lutfi, 2021) dalam [4]. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, kemungkinan besar mereka akan kembali berbelanja, yang akan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan. Harga dan kualitas pelayanan memegang peran penting terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik layanan dan harga yang kompetitif maka kepuasan

pelanggan semakin meningkat. Hasil penelitian di apotek Rapha Farmasi Bekasi harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Edy Chandra et al., 2023).

Setelah harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sudah terbentuk maka akan menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki kontribusi dan peranan yang penting bagi perusahaan dan merupakan wujud kesetiaan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa yang diwujudkan secara terus menerus dengan melakukan pembelian ulang jasa dan barang. Pelanggan yang loyal adalah individu yang konsisten melakukan pembelian ulang secara rutin, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, menunjukkan ketahanan terhadap strategi pesaing, serta memberikan respons positif terhadap layanan yang telah mereka terima (Wardani & Ridlwan, 2022) dalam [4].

Pelanggan yang setia pada Apotek Confi-D akan membeli obat dan menggunakan pelayanan kesehatan setidaknya lebih dari dua kali. Tidak hanya itu dikatakan sebagai pelanggan yang loyal karena pelanggan ini bias merekomendasikan Apotek Confi-D kepada orang lain sehingga penjualan obat dan pengguna pelayanan kesehatan di Apotek Confi-D akan semakin meningkat. Loyalitas pelanggan adalah salah satu indikator utama keberhasilan strategi pemasaran jangka panjang. Pelanggan yang setia memberikan dampak positif bagi perusahaan dan berperan penting dalam menentukan pencapaian tujuan akhir perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya yang memberikan masukan positif bahwa kualitas pelayanan dan harga

memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di apotek Mawar Tolitoli (Bustam et al., 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Apotek Confi-D Sooko Mojokerto)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto?
4. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara harga dengan loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto..
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Confi-D Sooko Mojokerto.
6. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara harga dengan loyalitas pelanggan.
7. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Lembaga

Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi Apotek Confi-D Sooko Mojokerto dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, manajemen apotek dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan pangsa pasar dan profitabilitas apotek.

## 2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran, serta menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.