

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMBELIAN OBAT
TANPA RESEP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Orce Y. Tabais

21020067

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Orce Y. Tabais
NIM : 21020067
Program Studi : S1 Sarjana Manajemen Retail
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat Tanpa Resep Terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Labora Farma.

Dengan ini saya menyatakan bahwa tulisan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, November 2022

Yang menyatakan

Orce Y. Tabais

HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat Tanpa Resep Terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Labora Farma” telah mendapat persetujuan dari pembimbing.

Yang disusun oleh:

Nama : Orce Y. TABAIS
NIM : 21020067
Program Studi : S1 Sarjana Manajemen Retail

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Ir. Edy Cahyono, M.M.
NIK. 113.00115

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat tanpa Resep di Apotek Labora Farma” ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa pada tanggal...dan telah memenuhi syarat lulus, dengan Dewan Penguji terdiri dari:

Ketua

Anggota

Sarjita, S, E, M.M
NIK.113.00114

Siti Nurhayati, S.E.,M.M
NIK : 11600118

Mengetahui,
Ketua STIB Kumala Nusa

Anung Pramudyo, S.E., M.M.
NIP. 197802042005011002

PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia dan rahmat-Nya selama penulis menempuh pendidikan di kampus STIBSA Yogyakarta dari awal hingga akhir perkuliahan. Selain itu penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian penulisan Skripsi:

1. Sembah syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Bapa untuk penyertaan dan kasih-Nya selama hidup saya, terkhususnya selalu memberikan saya kesehatan, kesabaran, kekuatan dan kelancaran serta kemudahan selama perkuliahan ini.
2. Bapak dan Mama selaku orang tua saya yang selalu menyayangiku, mendukung dan mendoakan dan selalu memberikan saya motivasi dengan penuh kasih secara moral dan materi semoga saya bisa jadi orang yang bermanfaat untuk keluarga terutama Bapak Marthinus Tabais Dan Mama Silarosalina Taemnanu.
3. Saudara-saudara saya Ibu Emi Tabais, Yaret Edison Tabais, Endang Balan Harlyanti Benu, kaka Veni, yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan secara penuh.
4. Untuk kamu orang yang paling terimakasih yang selalu menghibur, ada dalam susah atau senang yang selalu mengsport dan berikan semangat buat saya.

5. Untuk kamu orang yang paling baik yang selalu menghibur, memberi semangat dan dukungan kepada saya. Terimakasih untuk semua hal-hal baik yang pernah kamu berikan.
6. Untuk sahabat seperjuangan Asri Ainun Amran, Tefi Vebriani Nabon, Mestriana Sanam, Yunfin Indriani, Anisa seran, Mery, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan nama satu per satu yang turut membantu dan mendoakan saya.
7. Dr Edy Cahyono, M.M. yang telah membimbing dan mengarahkan penulisan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai dengan waktu yang diharapkan.

MOTTO

“Perjuangan merupakan bukti bahwa engkau belum menyerah.

Peperangan selalu menyertai lahirnya suatu mujizat”.

“Manusia dapat menimbang-nimbang dalam hati, tetapi jawaban lidah berasal

daripada Tuhan. Hati manusia memikir-mikirkan jalannya,

tetapi Tuhanlah yang menentukan arah langkahnya”.

“Serahkan hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepadanya,

dan ia akanbertindak”.

(Mazmur 37:5)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, baik berupa bantuan, dorongan semangat, motivasi maupun sumbangan pikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Edy Cahyono, M.M. selaku pembimbing Skripsi.
3. Seluruh Staf Dosen dan Staf Tenaga Kependidikan yang telah memberikan pelayanan akademik selama penulis menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.
4. Kedua orang tua penulis dan saudara-saudara penulis tersayang yang tidak pernah berhenti untuk mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini .
5. Semua Pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan Skripsi ini, maupun dalam kehidupan saya.

Dalam berbagai bentuk dan sisi, penulis menyadari bahwa Skripsi yang dibuat ini pastinya belum sempurna. Oleh karena itu Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih ada kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan penulisan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Amin...

Yogyakarta, 22 November 2022

Penulis

Orce Y. Tabais

ABSTRAK

Apotek merupakan suatu tempat tertentu dimana dilakukan usaha-usaha dalam bidang Farmasi, pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat kepada masyarakat. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama. Kepuasan konsumen merupakan penilaian baik atau buruknya pelayanan kefarmasian yang diterima konsumen. memberikan pelayanan hendaknya kita niatkan untuk menolong orang lain. Karena selain akan mendapatkan pahala, kita juga bisa merasa lebih ikhlas dalam memberikan pelayanan yang mana hal ini bisa juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang kita berikan.

Kepuasan konsumen yang diterima dapat dilihat dengan metode *service quality* yang membagi kualitas layanan ke dalam 5 dimensi, yaitu: *tangible* (bukti fisik), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek. Desain penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif.

Penelitian ini dilakukan di Apotek Labora Farma dengan jumlah sampel 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan kefarmasian. Hasil penelitian dari seluruh dimensi konsumen belum puas terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek Labora Farma dengan nilai sebesar 0,346. Nilai kualitas pelayanan pada dimensi bukti langsung (X1) sebesar 3,841 , dimensi kehandalan(X2) sebesar 5,388 , dimensi daya tanggap(X3) sebesar 3,145, variabel jaminan(X4) sebesar 5,238 dan variabel empati(X5) sebesar 2,166 dikatakan konsumen merasa puas

Kata Kunci: *Kepuasan konsumen, Pelayanan obat tanpa resep, apotek, Service quality*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Fikir.....	15

D. Uraian Kerangak Fikir	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
C. Populasi Dan Sampel	19
D. Definisi Operasional Variabel.....	21
E. Prosedur Penelitian dan Pengumpulan Data	22
F. Metode Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Gambaran Umum Apotek Labora Farma.....	29
B. Deskripsi Data Penelitian	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Oprasional	21
Tabel 4.1	Daftar pegawai Apotek Labora Farma	31
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Bukti Langsung/Tangibles(X1).....	34
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keandalan/Reliability(X2)	35
Table 4.7	Hasil Uji Daya Tanggap/Responsiveness(X3).....	35
Table 4.8	Hasil Uji Validitas Jaminan/Assurance(X4)	36
Table 4.9	Hasil Uji Empaty/Emphaty(X5).....	36
Table 4.10	Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	37
Table 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	38
Table 4.12	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	39
Tabel 4.13	Normal P-P Plot Uji Normalitas	40
Tabel 4.14	Coefficientsa.....	41
Table 4.15	Coefficientsa.....	44
Tabel 4.16	ANOVAa.....	46
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (<i>AdjustedR Square</i>) Model Summaryb	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Karakteristik Responden
- Lampiran III Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran V Uji Asumsi Klasik
- Lampiran VI Uji Regresi Linear Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesehatan merupakan faktor yang mutlak diperlukan untuk kelangsungan hidup manusia, sehingga dewasa ini banyak dijumpai layanan jasa kesehatan, contohnya apotek. Apotek merupakan suatu tempat tertentu di mana dilakukan *usaha-usaha dalam bidang Farmasi, pekerjaan kefarmasian dan penyaluran obat* kepada masyarakat. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan konsumen sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang produk yang sama (Rini, dkk., 2006).

Pelayanan terbaik terletak pada keunikan dan kualitas yang ditunjukkan dari jasa yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh pelanggan (Kotler, 2005). Pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi dimulai dengan standar etika manajemen yang tinggi pula. Secara ekstrim dikatakan bahwa kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis jasa yang berkembang pesat dewasa ini. Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggungjawab kepada konsumen, berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan kualitas kehidupan konsumen. Kualitas dapat didefinisikan sebagai totalitas dari suatu

keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan (Kotler, 2006).

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman dkk, 1994). Bila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, demikian pula sebaliknya, dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten (Jasfar, 2005).

Pengukuran kualitas jasa dalam model *SERVQUAL* didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Dimensi utama kualitas jasa tersebut adalah kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tanggibles*) (Fandy Tjiptono, 2000).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bararah (2014) terhadap kualitas pelayanan di apotek Kota Yogyakarta hasilnya konsumen puas terhadap kualitas pelayanan pada dimensi *Tangible* dan *Empathy*. Sedangkan

pada dimensi *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reliability* konsumen belum puas terhadap kualitas pelayanan karena konsumen beranggapan kinerja apotek masih rendah dibandingkan dengan harapan konsumen. Berdasarkan pengalaman saya waktu magang di apotek kota Malang selama satu bulan, saya mengetahui bahwa banyak konsumen yang datang di apotek untuk membeli obat tanpa resep, terkadang dalam satu hari tidak ada satupun konsumen yang beli obat dengan resep.

Tindakan pengobatan sendiri dibutuhkan penggunaan obat yang tepat atau rasional. Obat yang dipilih harus tepat dan benar cara penggunaannya seperti aturan pemakaian, cara pemberian, pengaturan dosis yang sesuai dengan pemakaiannya dan tetap waspada terhadap kemungkinan efek samping yang tidak diinginkan (Nurulita dan Siswanto, 2003).

Penelitian ini saya lakukan di apotek Labora Farma Jakarta Barta karena apotek ini berlokasi pada masyarakat yang ramai oleh karena itu terdapat banyak konsumen yang datang. Apotek Labora Farma ini juga belum pernah ada penelitian analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep sebelumnya, sehingga perlu mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanannya, sehingga kalau hasilnya konsumen belum puas maka bisa memperbaiki untuk pelayanannya lebih baik, dan apabila pelayanannya sudah puas, akan tetap bertahan dan meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga terdapat kualitas pelayanan yang lebih berkualitas.

Berdasarkan uraian di atas perlu dilakukan penelitian tentang sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek Labora Farma. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak apotek untuk meningkatkan kualitas pelayanannya guna menunjang pelayanan kesehatan di apotek dan dapat melaksanakan peran dan fungsinya dengan baik untuk kepentingan dan kesejahteraan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat Tanpa Resep Terhadap Kepuasan Konsumen”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut:

“Apakah Kualitas Pelayanan Pembelian Obat Tanpa Resep Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan asaah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pembelian obat tanpa resep terhadap kepuasan konsumen”.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Apotek

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan apotek dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga tingkat kepuasan konsumen meningkat dan diharapkan jumlah konsumen dapat terus meningkat setiap bulan.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembang ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang Binis Kesehatan dan manajemen apotek pada khususnya dan sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai analisis tingkatkepuasan terhadap kualitas pelayanan Konsumen diapotek.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama ini dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Labora Farma. Sehingga hasil penelitian ini dapat menerangkan dan mempunyai pengetahuan teoritis dalam kasus yang nyata di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2007), kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani. Hal tersebut dikarenakan pihak yang dilayani adalah yang menikmati layanan berdasarkan harapan dan kepuasan mereka (Lestari, 2016:10).

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2005:122), kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima indikator dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) (Erviana, 2013:13–14) sebagai berikut:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dalam hal ini berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan atau dapat pula berupa representasi fisik atau jasa, meliputi:

- a) Fasilitas yang menarik
 - b) Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan
 - c) Kelengkapan peralatan
 - d) Penampilan karyawan
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat sejak pertama kalinya, meliputi:
- a) Memberikan pelayanan sesuai janji
 - b) Tanggung jawab pelayanan kepada konsumen akan masalah pelayanan
 - c) Memberikan pelayanan tepat waktu
 - d) Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesigapan dari para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan sebaik – baiknya, meliputi:
- a) Memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
 - b) Kerelaan untuk membantu dan menolong konsumen
 - c) Penanganan keluhan pelanggan
 - d) Siap dan tanggap untuk menangani respon dan permintaan konsumen.

- 4) Jaminan (*assurance*), yaitu kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan berupa kompetensi (memiliki keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan perusahaan); kesopanan (sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki oleh para *contact personal*); kredibilitas (sifat jujur dan dapat dipercaya yang mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan dan karakteristik pribadi), meliputi:
- a) Sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan
 - b) Karyawan memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen
 - c) Kemampuan karyawan untuk membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa perusahaan
- 5) Empati (*empathy*), yaitu perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan, meliputi:
- a) Kemudahan kepada konsumen untuk menghubungi perusahaan
 - b) Memberikan perhatian individu kepada konsumen
 - c) Karyawan yang mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen serta selalu mendengar saran dan keluhan dari pelanggan.

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kelekatan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 2002).

Dalam memberikan pelayanan hendaknya kita niatkan untuk menolong orang lain. Karena selain akan mendapatkan pahala, kita juga bisa merasa lebih ikhlas dalam memberikan pelayanan yang mana hal ini bisa juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang kita berikan. Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu:

- a. Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.

- b. Mengetahui di mana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.
- c. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (Supranto, 2006).

Salah satu cara untuk mengukur sikap pelanggan ialah dengan menggunakan kuesioner. Organisasi bisnis atau perusahaan harus mendesain kuesioner pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Pimpinan harus melakukan koreksi/perbaikan (Supranto, 2006).

Dikatakan untuk mendapatkan konsumen tidak sulit, tetapi yang lebih sulit mempertahankan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor penentu kesetiaannya terhadap apotek (Anief, 2000). Mempertahankan konsumen agar tetap loyal terhadap apotek adalah lebih sulit. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang menentukan. (Supranto, 2006). Ada lima faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen yaitu:

- a. Kualitas produk farmasi yaitu kemampuan menyembuhkan penyakit.

Hal ini menyangkut ketersediaan farmasi dan ketersediaan hayati, sehingga tercapai tujuan efek terapi. Persepsi konsumen terhadap produk farmasi dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan sesungguhnya kualitas produk farmasi dan komunikasi.

- b. Kualitas pelayanan terhadap konsumen. konsumen akan merasa puas bila mereka dapat pelayanan yang baik, ramah, sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Merupakan komponen emosional yaitu pengaruh atau pertimbangan yang bersifat emosional seperti : karena sugesti, angan-angan, gambaran yang indah, perasaan bangga, agar kelihatan lain dari yang lain. Kepuasan tersebut.
- d. Harga. Meskipun produk farmasi yang dipilih mempunyai kemanjuran khasiat yang sama dengan produk farmasi yang lain tetapi harganya relatif lebih murah. Hal tersebut juga merupakan faktor penting untuk menentukan tingkat kepuasan.
- e. Faktor biaya untuk memperoleh produk farmasi tersebut. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan juga tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh obat tersebut (Anief, 2000).

3. Obat Tanpa Resep

Menurut Syamsuni (2007) obat tanpa resep merupakan obat-obatan yang digunakan dalam upaya swamedikasi. Obat ini dikonsumsi

untuk menangani gejala ringan yang dianggap tidak membutuhkan konsultasi pada dokter, seperti demam, flu, atau batuk ringan. Banyak orang yang menggunakan obat-obatan yang dijual bebas tanpa mencari penyebab penyakitnya. Mengonsumsi obat-obatan jenis ini dapat membahayakan kesehatan jika tidak dikonsumsi dalam takaran yang tepat atau dalam jangka panjang yang tepat.

Berdasarkan undang-undang (Depkese RI, 2008), tentang hal ini, dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menolong diri dan mengatasi masalah kesehatan secara, aman, tepat, dan rasional, pemerintah menetapkan obat yang dapat diserahkan tanpa resep harus memenuhi kriteria:

- a. Tidak dikontraindikasikan untuk penggunaan pada wanita hamil, anak dibawah usia 2 tahun dan orang tua diatas 65 tahun.
- b. Pengobatan sendiri dengan obat yang dimaksud tidak memberikan resiko pada kelanjutan penyakit.
- c. Penggunaannya tidak menggunakan cara atau alat khusus harus dilakukan oleh tenaga kesehatan.
- d. Penggunaannya diperlukan untuk penyakit yang prevalensanya tinggi diindonesia.
- e. Obat yang dimaksud memiliki resiko khasiat keamanan yang tepat dipertanggungjawabkan untuk pengobatan sendiri.

Berdasarkan dua kriteria diatas, kelompok obat yang baik digunakan untuk pengobatan sendiri adalah obat-obat yang termasuk dalam:

- a. Obat *Over the Counter* (OTC) dan
- b. Obat Wajib Apotek (OWA).

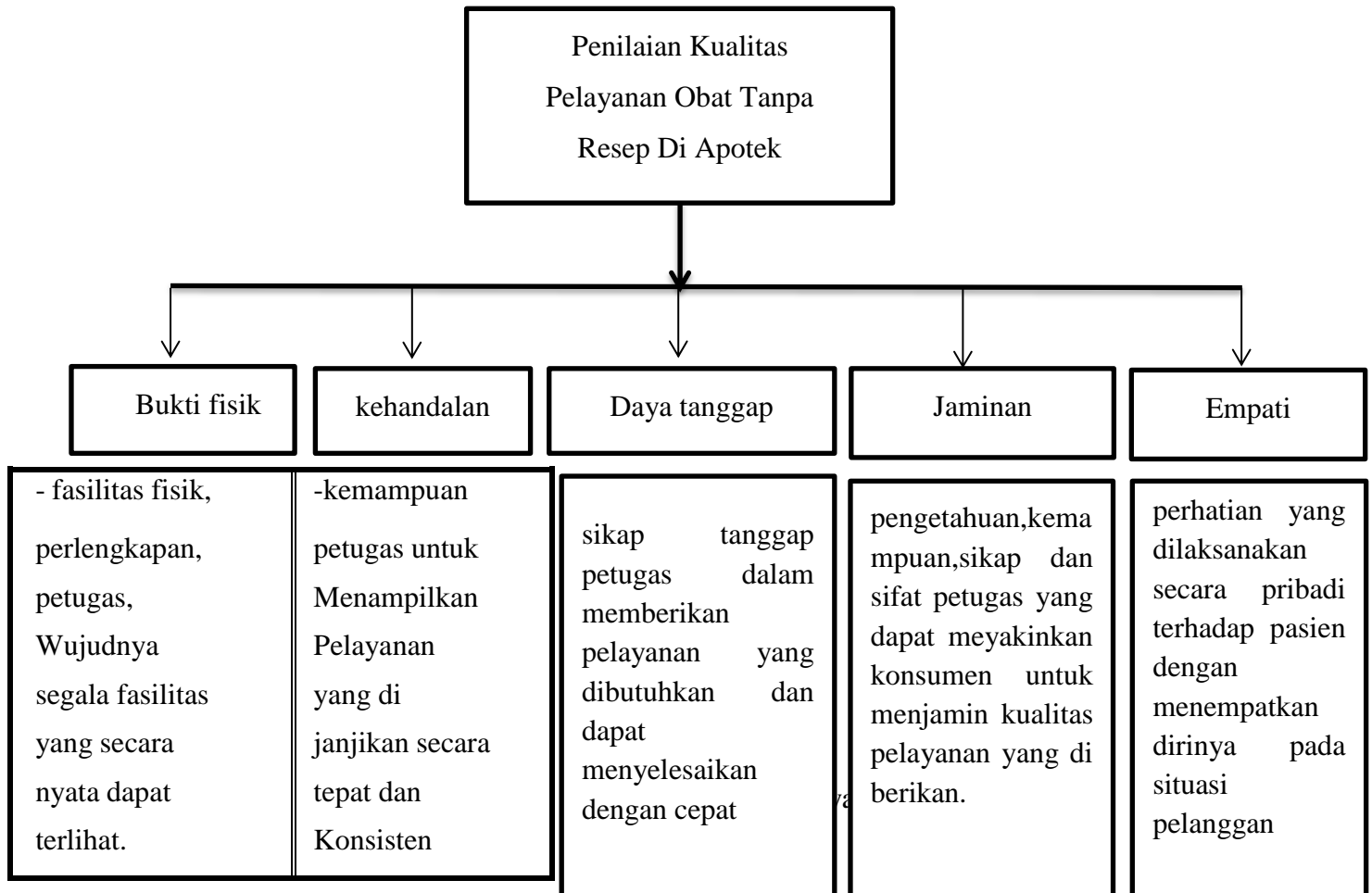
B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan serta sebagai bahan perbandingan dan kajian. Dari hasil pencarian informasi di database penelitian, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian lainnya mengenai kualitas pelayanan, diantaranya oleh Adiningsih *et al.* (2015), Tu Ye *et al.* (2011) dan Bararah (2014) yang menyatakan bahwa memberikan pelayanan yang berkualitas artinya menyesuaikan dengan harapan konsumen secara konsisten. Penilaian mengenai tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung dari bagaimana konsumen merasakan layanan yang diberikan dalam hubungannya dengan apa yang mereka harapkan (Pratiwi,2013).

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Roza *et al* (2016) dimana pada penelitiannya membahas mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan apotek dan tingkat pengetahuan konsumen mengenai standar pelayanan kefarmasian yang berlaku. Penelitian tersebut dilaksanakan di Kota Depok, provinsi Jawa Barat, pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari pengisian kuisisioner yang disebarakan kepada responden sedangkan data sekunder didapatkan dari dari studi pustaka dan dari website instansi terkait, seperti Dirjen Bina Farmasi dan Alkes, Dinas Kesehatan Kota Depok, IAI (Ikatan Apoteker Indonesia), BPS, WHO, jurnal, prosiding dan lain-lain. Teknik pengambilan data pada penelitian ini melalui pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan pada konsumen apotek yang berdomisili di tiga kecamatan di Kota Depok. Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis gap dengan metode Servqual (*Service quality*), perhitungan indeks kepuasan pelanggan (CSI), analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut pelayanan (IPA), dan identifikasi tingkat pengetahuan responden terhadap pelayanan kefarmasian diapotek. Penelitian tersebut menghasilkan sebuah kesimpulan yaitu bahwa tingkat kepuasan konsumen yang diwakili oleh responden pada penelitian masih di bawah kategori “puas”, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang mengacu pada standar pelayanan kefarmasian di apotek tahun 2014 yang diberikan oleh Apoteker kepada konsumen belum maksimal.

C. Kerangka Fikir



Gambar 2.1 Kerangka Fikir

D. Uraian Kerangka Fikir

1. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Labora Farma yang terdiri dari 5 dimensi, setiap dimensi ada beberapa pertanyaan untuk menilai kualitas pelayanan. Dimensi pertama adalah dimensi *reliability* (kehandalan) yang berkaitan dengan kemampuan petugas apotek untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Dimensi kedua adalah dimensi *responsiveness* (ketanggapan) yang berkaitan dengan sikap tanggap petugas apotek dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan masalah dengan cepat. Dimensi ketiga adalah dimensi *assurance* (jaminan) yang berkaitan dengan beberapa hal yaitu pengetahuan, sikap, dan sifat petugas apotek yang dapat meyakinkan konsumen untuk menjamin kualitas pelayanan yang diberikan. Dimensi keempat adalah dimensi *empathy* (empati) yang berkaitan dengan perhatian petugas apotek yang dilaksanakan secara pribadi terhadap

konsumen dengan menempatkan dirinya pada situasi konsumen. Dimensi kelima adalah dimensi *tangible* (bukti fisik) yang berkaitan dengan fasilitas fisik, perlengkapan, wujudnya segala fasilitas yang secara nyata dapat dilihat.

dr. S. Nasution menyebutkan bahwasannya hipotesis merupakan asumsi terkait suatu hal yang tengah diteliti dengan tujuannya melihat kebenaran.

H1 : terdapat hubungan kepuasan konsumen pada pelayanan kefarmasian diApotek Labora Farma.

H0 : tidak terdapat huubungan kepuasan konsumen pada pelayanan kefarmasian diApotek Labora Farma.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:8). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2017:35), metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variable atau lebih (variable yang berdiri sendiri atau variable bebas) tanpa membuat perbandingan variable itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi penelitian adalah Apotek Labora Farma yang beralamat di Ruko Puri Gardenia Blok. A.1 No.2, RT.002 RW.014, Pegadungan, Kalideres, Jakarta Barat, 1830. bergerak dibidang distribusi obat dan pedagang besar farmasi. Waktu penelitian yang digunakan kurang lebih dua bulan lamanya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang di Apotek Labora Farma. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung untuk menerima obat tanpa resep di apotek Labora Farma pada Bulan September 2022 untuk penarikan sampel konsumen menggunakan teknik *purposive sampling*.

2. Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, *Purposive sampling* adalah salah satu teknik non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Agar karakteristik sampel tidak menyimpang dari populasi, maka sebelum dilakukan pengambilan sampel perlu ditentukan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi adalah kriteria yang dipenuhi oleh setiap anggota populasi yang dapat diambil sebagai sampel (Notoatmodjo, 2010). Kriteria inklusi sampel subyek penelitian pada penelitian ini adalah: Konsumen yang menyatakan bersedia menjawab kuesioner. Sedangkan kriteria eksklusi adalah kriteria anggota populasi yang tidak dapat diambil sebagai sampel (Notoatmodjo, 2010). Kriteria eksklusi sampel subyek penelitian pada penelitian ini adalah : Pasien yang

menerima pelayanan obat tanpa resep namun obat tidak tersedia di apotek atau harus mengambil obat di apotek lain.

a. Besar Sampel

Besar sampel yang dibutuhkan dihitung menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Isac Michel untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui. Berikut ini rumus yang dipergunakan (Sireger, 2013).

$$n = \frac{(Z \alpha/2)^2 p q}{e^2}$$

e^2 = ketepatan

n = sampel

p = populasi $q = 1-p$

z = tingkat kepercayaan/signifikan

e = margin of error

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Dengan menetapkan $Z = 1,96$; $p = 0,5$ dan $e = 0,1$ didapat jumlah sampel minimal sebanyak 96 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Pembulatan ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya sampel yang *drop out* atau tidak memenuhi kriteria.

D. Definisi Operasioanal Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Dimensi Servqual	Difinisi Operasional	Daftar Pertanyaan
<i>Tangible</i> /bukti fisik	- fasilitas fisik, perlengkapan, petugas, wujudnya segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.	-Apotek Labora Farma terlihat bersih dan rapi. - penataan exterior dan interior ruangan. - kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai. - petugas apotek Labora Farma berpakaian yang bersih dan rapi -konsumen merasa nyaman selama menunggu obat.
<i>Reliability/</i> Kehandalan	-kemampuan petugas apoteker Labora Farma untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten.	-kecepatan pelayanan obat. -obat tersedia dengan lengkap. -obat dijual dengan harga yang wajar. - konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang resep/obat yang ditebusnya.
<i>Responsiveness/</i> Ketanggapan	- sikap tanggap petugas apotek Labora Farma dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat.	- petugas apotek Labora Farma cepat tanggap terhadap keluhan pasien. - petugas apotek Labora Farma mampu memberikan penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi konsumen.
<i>Assurance/</i> jaminan	pengetahuan, kemampuan, sikap dan sifat petugas apotek Labora Farma yang dapat meyakinkan konsumen untuk menjamin kualitas pelayanan yang di	- petugas apotek Labora Farma mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja. -petugas Apotek Labora Farma melayani dengan ramah dan tersenyum. -obat yang beli

Dimensi Servqual	Difinisi Operasional	Daftar Pertanyaan
	berikan.	terjamin kualitasnya. - obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta.
<i>Empathy</i> / empati	- perhatian yang dilaksanakan secara pribadi terhadap pasien dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.	- petugas apotek Labora Farma memberikan perhatian terhadap keluhan pasien. - petugas apotek Labora Farma memberikan pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status social. - petugas apotek Labora Farma selalu siap membantu. - terjadinya komunikasi yang baik antara petugas apotek Labora Farma dan konsumen.

E. Prosedur Penelitian dan Pengumpulan Data

1. Prosedur Penelitian

- a. Peneliti melakukan perizinan dan survei ke Apotek Labora Farma.
- b. Peneliti melakukan skrining untuk memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian berdasarkan hasil *survey* yang telah didapatkan.
- c. Pengumpulan data untuk pelaksanaan analisis data penelitian.
- d. Penelitian meminta kesediaan konsumen untuk bersedia menjadi responden.
- e. Pengolahan data.
- f. Pembuatan laporan hasil penelitian dan pembahasan.

2. Pengumpulan Data

Untuk mendukung perolehan data yang dibutuhkan guna mendukung penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara metode *survey*, yaitu merupakan suatu metode pengumpulan data primer yang memerlukan adanya komunikasi antara penelitian dan responden. Adapun salah satu cara pengumpulan data dalam metode *survey* yaitu teknik kuesioner (Indriantoro, Supomo 2002).

Teknik kuesioner merupakan suatu pengumpulan data yang diberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Kuesioner digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan kefarmasian. Tujuan mengadakan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan, dimana isi dari kuesioner tersebut mengenai data responden, bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati yang menggunakan metode *SERVQUAL* (Umar 2003).

Penelitian dilakukan setiap hari, hari Senin sampai hari Minggu. Dalam pengambilan sampel penelitian ini, kuesioner dibagi secara langsung kepada responden setelah selesai dilayani oleh petugas apotek. Responden yang mengisi kuesioner merupakan responden yang bersedia mengisi kuesioner tanpa ada paksaan.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147), analisis data deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan merupakan karakteristik responden, yang meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tepat atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (5%) sedangkan apabila nilai instrumen penelitian memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Wibowo (2012:52), uji reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Realibilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur.

Dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > *alpha standart* 0,60 dan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < *alpha standart* 0,60 (Sujarweni, 2015:110).

c. Uji Normalitas

Setelah data yang dihasilkan valid dan reliabel, maka selanjutnya uji normalitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Widodo, 2012:16).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan untuk penentuan kenormalan. Pengujian dalam SPSS, data dapat diukur dengan melihat angka (*Asym Significance*) yaitu jika nilai Sig > 0,1, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Apabila nilai Sig menunjukkan < 0,1, dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3. Uji Regresi Berganda

Menurut Boediono dan Koster (Sudaryono, 2014:83), analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti jika bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (terikat), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik/turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 variabel.

Secara umum, data hasil pengamatan Y dipengaruhi oleh variabel- variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, sehingga rumus umum dari regresi berganda adalah :

$$\text{Untuk regresi dua prediktor : } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + k X_n$$

Dimana :

Y = Variabel dependent

a = Koefisien

b_1, b_2 = Koefisien regresi variabel independent

X_1, X_2 = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu. (Sugiyono, 2017:275).

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Menurut Pardede dan Manurung (2014:29), menyatakan bahwa nilai T_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial

antara variabel dependen terhadap variabel independen. Maka uji dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya berpengaruh secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Pardede dan Manurung (2014:28), uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terkait. Maka uji dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya berpengaruh secara bersama

c. Koefisien Korelasi (R)

Analisis Korelasi Ganda (R) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai R semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2017), sebagai berikut:

0,00 - 0,199 : sangat rendah (sangat lemah)

0,20 - 0,399 : rendah (lemah)

0,40 – 0,599 : Sedang

0,60 - 0,799 : kuat

0,80 - 1,000 : sangat kuat

d. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2016:95).

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka *R Square* pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Model *adjusted R Square* dapat naik dan turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016: 95).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Apotek Labora Farma

1. Sejarah Apotek Labora Farma

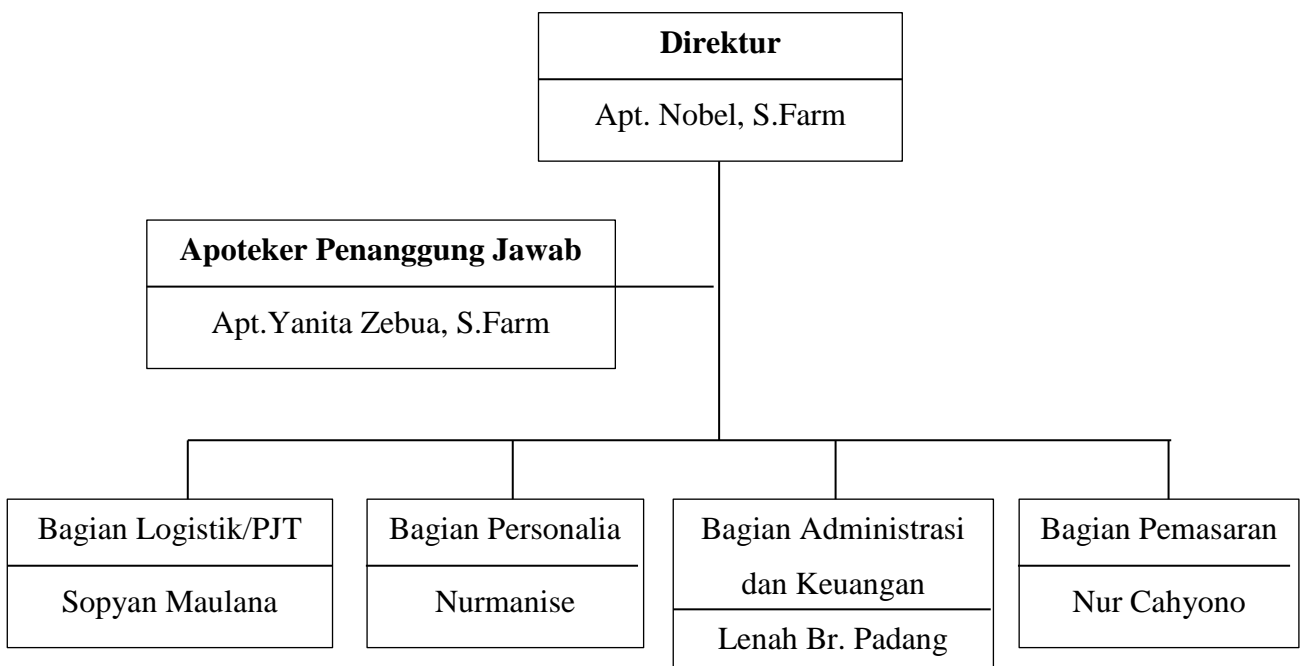
Apotek Labora farma didirikan pada tanggal 01 September 1995, yang beralamat di Ruko Puri Gardenia Blok. A.1 No.2, RT.002 RW.014, Pegadungan, Kalideres, Jakarta Barat, 1830. Hingga seiring berjalannya waktu dan perkembangan serta pertumbuhan apotek yang sangat pesat, pemilik apotek membuka cabang apotek lain yaitu:

Apotek Labora Jaya yang beralamat di Ruko Taman Semanan Indah, Jln. Dharma Kencana No. 6, RT.007/RW.007, Duri Kosambi, Kec. Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11750. Apotek Kalideres yang beralamat di Jln. Raya Peta Selatan, Kalideres, RT.007/RW.11, Kalideres, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11840. Setelah beberapa tahun menjalankan usaha (apotek) dan dengan adanya peraturan-peraturan baru tentang pendistribusian obat sehingga tepat pada tanggal 16 Juni 2013 pemilik apotek mendirikan Apotek Labora Farma sehingga semua usaha yang dimiliki oleh pemilik berada dibawah naungan apotek dengan ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi usaha dalam bidang distribusi dan perdagangan besar Farmasi.

2. Visi-Misi

- a. Visi dari apotek ini adalah: Menjadi Perusahaan distribusi Nasional yang terkemuka dan dapat dipercaya.
- b. Misi dari apotek ini adalah sebagai berikut:
 - 1) Melayani pelanggan dengan baik dan tulus, dengan menyediakan produk yang aman dan berkualitas.
 - 2) Mengelola perusahaan secara baik dengan dukungan dari Sumber Daya Manusia yang Profesional.
 - 3) Memastikan proses bisnis berjalan dengan baik, berintegritas tinggi untuk memaksimalkan efisiensi.
 - 4) Memastikan Perusahaan untuk dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi seluruh stakeho

3. Struktur Organisasi Apotek Labora Farma



Gambar 3.1 Struktur Organisasi

4. Sumber Daya Manusia (Personalia)

Dibawah ini penulis sajikan tabel yang berisikan jumlah data pegawai di Apotek Labora Farma.

Tabel 4.1

Daftar pegawai Apotek Labora Farma

No.	Nama Lengkap	Jabatan	Tempat, Tanggal Lahir	Alamat Rumah	Nomor Telepon	Status Kerja
1.	Apt. Nobel, S.Farm	Direktur	Ambon, 27 Desember 1982	Citra Garden 7 Blok E. 19/9, RT.007/RW011, Kel. Kalideres, Jakarta Barat	0812929 4031	Aktif
2.	Apt. Yanita Zebua, S.Farm	Apoteker Penanggung Jawab	Tetehosi, 07 Januari 1996	Jl. Trisula No.43E, RT.006/RW.010, Kel.Tegal Alur, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0822763 05267	Aktif
3.	Sopyan Maulana	Bagian Logistik/PJT	Tangerang, 04 November 1989	KP. Pangkalan, RT.006/RW.007, Kel. Semanan, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0856733 8362	Aktif
4.	Nurmanise	Bagian Personalia	Solok, 16 September 1965	Sumur Bor, RT.003/RW.012, Kel. Kalideres, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0878777 60226	Aktif
5.	Lenah Br. Padang	Bagian Administrasi dan Keuangan	Indramayu, 10 Oktober 1984	Jl. Kenanga no.1, RT.049/RW.007, Kel. Jatibarang, Kec. Jatibarang	0821148 80268	Aktif
6.	Nur Cahyono	Bagian Pemasaran /GM	Ponorogo;04 Februari 1991	Dukuh Sambi, RT.001/RW.006, Kel.Ngrayun, Kec.Ngrayun	0858881 39678	Aktif

Sumber: data sekunder diolah (2023). Apotek Labora Farma

5. Fasilitas/Sarana dan Prasarana

Apotek Labora Farma untuk saat ini telah memiliki fasilitas yang memadai antara lain:

- a. Bangunan, ruang kerja beserta fasilitas yang berhubungan.
- b. Peralatan proses seperti motor, mobil, dan *chiller* (lemari pendingin)
- c. Sarana pendukung seperti transportasi, dan komunikasi.

B. Deskripsi data penelitian

1. Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Sebab dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, akan dapat diketahui identitas responden secara terperinci. Kepuasan responden juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti pangkat, jenis kelamin, tingkat ekonomi, kedudukan sosial, pendidikan, latar belakang sosial budaya. Oleh karena itulah dalam deskripsi karakteristik responden penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan (Sumarwanto, 1994).

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 100 orang responden, dimana dari 100 kuesioner dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut.

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden diperoleh informasi mengenai karakteristik responden dari segi jenis kelamin sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	Laki-laki	50	50
2	Perempuan	50	50
	Jumlah	100	100

(Sumber: Data Primer penelitian 2023).

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 50%, dan responden yang berjenis laki-laki sebesar 50%, dan jumlah responden perempuan dan laki-laki memiliki jumlah yang sama. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden diperoleh informasi mengenai karakteristik responden dari segi pekerjaan sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	PNS/TNI/POLRI	2	2
2	Pegawai Swasta	18	18
3	Wiraswasta	17	17
4	Pelajar/Mahasiswa	63	63
	Jumlah	100	100

(Sumber: Data Primer penelitian 2023)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh PNS/TNI/POLRI sebanyak 2 orang atau 2%, sebagai pegawai swasta sebanyak 13 orang atau 13%,

lain lain sebanyak 17 orang atau 17%, wiraswasta 17 orang atau 17%, dan pelajar/mahasiswa sebanyak 63 orang atau 63%. Selama melakukan penelitian di apotek Labora Farma karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh mahasiswa/mahasiswi, hal ini mungkin disebabkan karena apotek Labora Farma terletak di kawasan kos-kosan mahasiswa sehingga banyak mahasiswa yang berkunjung.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	18-20	16	16
2	21-25	64	64
3	26<	24	24
Jumlah	100	100	100

(Sumber: Data Primer penelitian 2023).

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Bukti Langsung/Tangibles(X1)

No	Variabel Bukti Langsug/ Tangibles (X1)	Person Correltion	N	KET
1	0,740	0.000	100	Valid
2	0,760	0.000	100	Valid
3	0,797	0.000	100	Valid
4	0,690	0.000	100	Valid

Berdasarkan table 4.5 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable bukti langsung/tangibles diketahui bahwa semua item pernyataan menghasilkan item

pernyataan penghasilan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Keandalan/Reliability(X2)

No	Variabel Keandalan/Reliability	Person Correlation	N	KET
1	0,781	0.000	100	Valid
2	0,694	0.000	100	Valid
3	0,863	0.000	100	Valid
4	0,671	0.000	100	Valid

Sumber :Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan table 4.6 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable keandalan/reliability diketahui bahwa semua item pertanyaan menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

Table 4.7
Hasil Uji Daya Tanggap/Responsiveness(X3)

No	Varibael Daya Tanggap/ Responsiveness (X3)	Person Correlation	N	KET
1	0,791	0,000	100	Valid
2	0,755	0,000	100	Valid
3	0,836	0,000	100	Valid
4	0,769	0,000	100	Valid

Sumber Data: Primer Diolah 2023

Berdasarkan table 4.7 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable keandalan/*reliability* diketahui bahwa semua

item pertanyaan menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

Table 4.8
Hasil Uji Validitas Jaminan/Assurance(X4)

No	Variabel Jaminan/ Assurnce (X4)	Person Correlation	N	KET
1	0,804	0.000	100	Valid
2	0,684	0.000	100	Valid
3	0,811	0.000	100	Valid

Sumber Data: Primer Dioalh 2023

Berdasarkan table 4.8 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable jaminan/assurance diketahui bahwa semua item pertanyaan menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

Table 4.9
Hasil Uji Empaty/Emphaty(X5)

No	Variabel Empaty/Emphaty(X5)	Person Correlation	N	KET
1	0,841	0.000	100	Valid
2	0,650	0.000	100	Valid
3	0,755	0.000	100	Valid

Sumber:Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan table 4.9 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable empaty/empathy diketahui bahwa semua item pertanyaan menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

Tabel 4.10

	Variable	Person Correlation	N	KET
Kepuasan Konsumen(Y)	0,497	0.000	100	Valid
	0,609	0.000	100	Valid
	0,665	0.000	100	Valid
	0,580	0.000	100	Valid
	0,530	0.000	100	Valid
	0,676	0.000	100	Valid
	0,724	0.000	100	Valid
	0,587	0.000	100	Valid
	0,356	0.000	100	Valid
	0,536	0.000	100	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2023

berdasarkan table 4.9 hasil uji menggunakan spss menunjukkan variable empathy/empathy diketahui bahwa semua item pertanyaan menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga sebanyak empat item dikatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Table 4.10

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Standar	Keterangan
X1	0,726	0,60	Valid
X2	0,700	0,60	Valid
X3	0,769	0,60	Valid
X4	0,651	0,60	Valid
X5	0,613	0,60	Valid

Sumber Data Primer Diolah 2023

Hasil uji reliabilitas data menunjukkan bahwa data yang dihasilkan valid karena nilai *cronbach's alpha* > *alpha standart* (0.60). Jadi data dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Variabel Bukti langsung (X_1)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0.726 > 0.60$, maka pernyataan 1-4 pada variabel bukti langsung dinyatakan valid.

2) Variabel Keandalan (X_2)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0.700 > 0.60$, maka pernyataan 1-4 pada variabel keandalan dinyatakan valid.

3) Variabel Daya tanggap (X_3)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0.769 > 0.60$, maka pernyataan 1-4 pada variabel daya tanggap dinyatakan valid

4) Variabel Jaminan (X_4)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0.651 > 0.60$, maka pernyataan 1-3 pada variabel jaminan dinyatakan valid.

5) Variabel Empati (X_5)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0.613 > 0.60$, maka pernyataan 1-3 pada variabel empati dinyatakan valid.

Table 4.11
 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	10

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Dari hasil perhitungan tabel 4.12 dapat diketahui besarnya nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,771 > 0,60$, maka pernyataan 1-10 pada variabel kepuasan pasien dinyatakan valid.

c. Uji Normalitas

Table 4.12
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,36784912
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,844
Asymp. Sig. (2-tailed)		,474

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

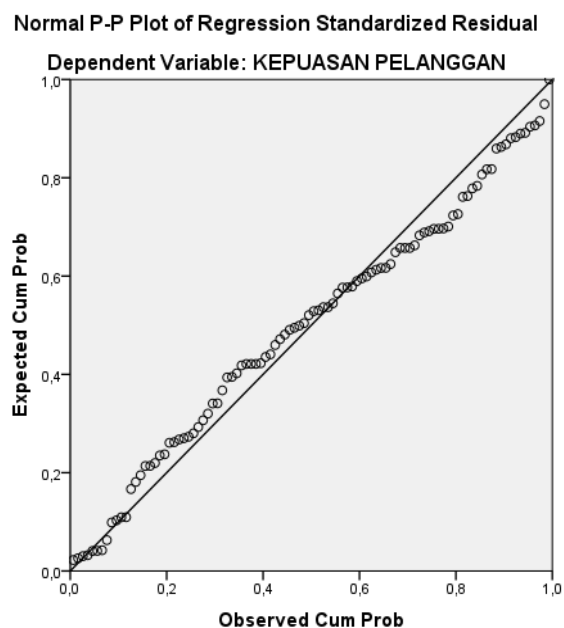
Sumber: Data Primer Diolah 2023

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 10% (0,1) dan jika nilai Signifikansinya $> 0,1$ maka dinyatakan terdistribusi dengan normal. Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa

nilai signifikansinya lebih dari 0,1 yaitu 0,474 ($0,474 > 0,1$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai grafik normal P-P, apabila varian plot menyebar dan mendekati garis lurus, maka data dari variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian dapat dikatakan memiliki kecenderungan berdistribusi secara normal.

Tabel 4.13
Normal P-P Plot Uji Normalitas



Berdasarkan hasil perhitungan pada gambar di atas tersebut menjelaskan bahwa grafik histogram data real atau nyata membentuk garis kurva normal dan pada grafik normal probability plot garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal grafik yang artinya suatu data menunjukkan berdistribusi normal.

d. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.14

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,041	1,344		2,263	,026		
BUKTI LANGSUNG	,429	,112	,203	3,841	,000	,405	2,471
KEANDALAN	,724	,134	,346	5,388	,000	,276	3,627
DAYA TANGGAP	,405	,129	,184	3,145	,002	,331	3,020
JAMINAN	,704	,134	,263	5,238	,000	,452	2,212
EMPATI	,276	,127	,103	2,166	,033	,507	1,973

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis pengaruh pada tabel 4.10 penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Apotek Labora Farma menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Berdasarkan tabel 4.10 didapat persamaan sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$

Keterangan :

Y = variabel dependen

X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ = variabel independena

A = nilai konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = koefisien masing-masing variable

$$Y = 3,041 + 0,429X_1 + 0,724 X_2 + 0,405 X_3 + 0,704 X_4 + 0,276 X_5$$

Persamaan dapat dijelaskan :

1. Konstanta sebesar 3,041 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebesar 3,041 sebelum dipengaruhi oleh variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
2. Koefisien regresi sebesar $X_1 = 0,429$ menunjukkan bahwa variabel bukti langsung memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkat kepuasan konsumen sebesar 0,429 dengan asumsi variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tetap atau *ceteris paribus*.
3. Koefisien regresi sebesar $X_2 = 0,724$ menunjukkan bahwa variabel keandalan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkat kepuasan konsumen sebesar 0,724 dengan asumsi variabel bukti langsung, daya tanggap, jaminan, dan empati tetap atau *ceteris paribus*.
4. Koefisien regresi sebesar $X_3 = 0,405$ menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkat kepuasan konsumen sebesar 0,405 dengan asumsi variabel bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati tetap atau *ceteris paribus*.

5. Koefisien regresi sebesar $X_4 = 0,704$ menunjukkan bahwa variabel jaminan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkat kepuasan konsumen sebesar 0,704 dengan asumsi variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan empati tetap atau *ceteris paribus*.
6. Koefisien regresi sebesar $X_5 = 0,276$ menunjukkan bahwa variabel empati memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkat kepuasan konsumen sebesar 0,276 dengan asumsi variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan empati tetap atau *ceteris paribus*.

e. Uji Hipotesis

Hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Labora Farma dapat diterima dengan hasil uji T dan Uji F. Uji T (Parsial).

- a. Uji T (Parsial) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan variabel terhadap variabel terkait secara parsial.

Cara melihat t tabel sebagai berikut : $T_{\text{tabel}} = (\alpha/2 : n - k - 1$
atau df residual)

$$= (0,1/2 : 100 - 6 - 1)$$

$$= (0,05 : 93) \text{ (Pardede dan Manurung, 2014:}$$

Table 4.15
Hasil Uji T (Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,041	1,344		2,263	,026		
BUKTI LANGSUNG	,429	,112	,203	3,841	,000	,405	2,471
KEANDALAN	,724	,134	,346	5,388	,000	,276	3,627
DAYA TANGGAP	,405	,129	,184	3,145	,002	,331	3,020
JAMINAN	,704	,134	,263	5,238	,000	,452	2,212
EMPATI	,276	,127	,103	2,166	,033	,507	1,973

- a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber : Data Primer Diolah 2023

Bersarkan tabel 4.15 dapat diketahui uji t sebagai berikut :

- 1) Pada variabel bukti langsung $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,841 > 1,662$) dapat dinyatakan bahwa variabel bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Labora Farma sehingga dapat dinyatakan hipotesis bukti langsung berpengaruh signifikan terhadapkepuasan konsumen, dapat diterima.
- 2) Pada variabel keandalan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,388 > 1,662$) dapat dinyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Labora Farma,

sehingga dapat dinyatakan hipotesis keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima.

- 3) Pada variabel daya tanggap $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,145 > 1,662$) dapat dinyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Apotek Labora Farma, sehingga dapat dinyatakan hipotesis daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima.
- 4) Pada variabel jaminan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,238 > 1,662$) dapat dinyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Labora Farma, sehingga dapat dinyatakan hipotesis jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima
- 5) Pada variabel empati $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,166 > 1,662$) dapat dinyatakan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Apotek Labora Farma, sehingga dapat dinyatakan hipotesis empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima.

f. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terkait.

Cara melihat tabel F dengan menggunakan rumus sebagai berikut : $df1 = k - df2 = n - k$

Dimana :

k = banyaknya variabel (bebas dan terikat)

1 = pembilang

n = banyaknya sampel

(Pardede dan Manurung, 2014:28)

Maka dapat diselesaikan dengan cara :

$$Df1 = k-1 = 6-1 = 5 \quad Df2 = n-k = 100-6 = 94$$

Hasil dari tabel f sebesar 7,38

Tabel 4.16

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1550,610	5	310,122	157,380	,000 ^b
Residual	185,230	94	1,971		
Total	1735,840	99			

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Predictors: (Constant), EMPATI, JAMINAN, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, KEANDALAN

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui nilai Fhitung > Ftabel

=157,380 sedangkan Ftabel = 7,38, sehingga dapat diterima jika

Fhitung (157,380) > Ftabel (7,38) dan nilai signifikan (0,000) < 0,1.

Hal ini berarti kualitas yang terdiri dari bukti langsung, keandalan,

daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,945 ^a	,893	,888	1,40376

a. Predictors: (Constant), EMPATI, JAMINAN, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, KEANDALAN KONSUMEN

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,945 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat Berdasarkan tabel 4.15 diketahui variabel-variabel kualitas pelayanan bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) mengalami peningkatan maka variable-variabel Kepuasan Konsumen juga mengalami peningkatan.

g. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2016:95).

Pada tabel 4.15 diatas bahwa hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,801 atau 80,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 80,1 % Kinerja Karyawan di Rumah Sakit Umum Mitra Paramedika Sleman Yogyakarta dipengaruhi oleh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja sedangkan

sisanya sebesar 19,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh secara parsial variabel bukti langsung (X_1) terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,841) pada Apotek Labora Farma
2. Ada pengaruh secara parsial variabel keandalan (X_2) terhadap kepuasan pasien di tunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ (5,388) pada pada Apotek Labora Farma.
3. Ada pengaruh secara parsial variabel daya tanggap (X_3) terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ (3,145) pada Apotek Labora Farma.
4. Ada pengaruh secara parsial variabel jaminan (X_4) terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ (5,238) pada pada Apotek Labora Farma.
5. Ada pengaruh secara parsial variabel empati (X_5) terhadap kepuasan konsumen di tunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ (2,166) pada Apotek Labora Farma.
6. Variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) berpengaruh secara simultan atau menyeluruh

terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan Nilai $F_{hitung}(157,380) > F_{tabel}(7,38)$ pada pada Apotek Labora Farma.

7. Variabel daya tanggap (X_3) adalah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada pada Apotek Labora Farma yang ditunjukkan dengan nilai beta 0,346 yang nilainya paling menjauhi nol.

B. Saran

1. Kualitas pelayanan obat tanpa resep yang diberikan pada Apotek Labora Farma sudah berjalan dengan baik, akan tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yaitu Keandalan, Ketanggapan, Jaminan yang diberikan sebaiknya ditingkatkan lagi, serta harus meningkatkan perhatian konsumen supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Labora Farma yaitu dimensi, bukti fisik, yang berkaitan dengan sarana prasarana, kebersihan dan kerapian Apotek: dimensi keandalan yang berkaitan dengan kelengkapan obat dan informatif: dimensi daya tanggap yang berkenaan dengan ketanggapan dalam pelayanan dan dimensi jaminan yang berkaitan dengan kemampuan untuk meyakinkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Set al. 2015. Buku Panduan Praktikum Gizi. 4 ed. Surabaya:Departemen Gizi Kesehatan FKM UA.
- Adrian, K. 2019. *Agar Obat Bebas Tanpa Resep Dokter Tidak Menjadi Berbahaya*. Retrieved Mei 20, 2021, from alodokter: <https://www.alodokter.com/agar- obat-tanpa-resep-dokter-tidak-menjadi-berbahaya>
- Agustin Pratiwi, 2013, Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan
- Anief , M., 2000, Manajemen Pemasaran di Bidang Farmasi, Cetakan I, 81-82,
- Anief. M, 2001, *Manajemen Farmasi*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Arifah, Umi, 2019, *Pengaruh Faktor-faktor Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Badan Kepegawaian, Pendidikan dan Pelatihan Kabupaten Sleman*, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan
- Bararah, T dan Jauhar, M. 2014. *Asuhan Keperawatan Panduan Lengkap Menjadi Depkes RI. 2008. Materi Pelatihan Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Memilih Obat Bagi Tenaga Kesehatan*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia. Hal.0,6-8,9, 10 <https://www.slideshare.net/sainaledikamal9/materi-pelatihan-42888665>
- Depkes, RI. (2008). Pedoman Pengelolaan Perbekalan Farmasi di Rumah Sakit.
- Dinkes, T. W. 2020. *Penandaan Kemasan Obat Berdasarkan Golongan Obat*. Retrieved Juni 07, 2021, from kesehatan.jogjakota: <https://kesehatan.jogjakota.go.id/berita/id/205/penandaan-kemasan-obat-berdasarkan-golongan-obat/>
- Direktorat Jendral Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan.
- Erviana, O. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap
- Extant Knowledge,” Academy of Marke-
- Fadjarwati, S. L. 2016. *Kelebihan dan Kelemahan Kuesioner/Angket*. Retrieved from kemdikbud.go.id: <https://medukasi.kemdikbud.go.id/medukasi/produk/files/kontenkm/km2016/KM201627/materi1.html>
- Fandy Tjiptono, 2000, Strategi Pemasaran, edisi 2, Yogyakarta.

- Farida Jasfar, 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Ciawi Bogor, Ghalia Indonesia. Gadjah Mada University Press, Jogjakarta.
- Ghozali, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustin Pratiwi, 2013, Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Bangkalan, Universitas Trunojoyo Madura.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002. Metodologi Penelitian Bisnis
- Jajuli, M dan Sinuraya, R. K. 2018. ARTIKEL TINJAUAN: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Risiko Pengobatan Swamedikasi. *Farmaka 16 Nomor 1*, 48-53. <https://journal.unpad.ac.id/farmaka/article/view/16789>
- Jasfar, Farida., 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Jersey : Prentice Hall.
- Kalihutu, Thomas Stefanus. 2008. *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 10. No 1. hal.66-83.
- Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Kotler, (2005) *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Jakarta : PT. Index
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid 1, Macanajaya Cemerlang, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2 Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta Prehall indo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lestari, W.P. (2016). Analisis Faktor penentu Tingkat Kepuasan Pasien di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul. *JKKI - Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Indonesia*
- Notoatmodjo, S, 2010, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta, Rineka Cipta
- Notoatmodjo, S, 2014, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, Jakarta, Rineka Cipta.

- Nurulita, N.A., dan Siswanto, A., 2003, Pola Pengobatan Sendiri di Kecamatan Keboran Kabupaten Banyumas, *Jurnal Pharmacy*, Vol. 1(2), hal 51-56 *Perawat Profesional*. Jakarta : Prestasi Pustakaraya
- Parasuraman., 2014., *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New
- Pardede dan Manurung, 2014, *Analisis Jalur*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Sudaryono, 2014, *Teori dan Aplikasi dalam Statistik*, Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono nana (007). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan Rand D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna, 2015, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka BaruPress.
- Sumarwanto, E. 1994. "Standar Pelayanan Perilaku sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan". *Cermin Dunia Kedokteran*.No. 19 Jakarta
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka
- Syamsuni, A., H., 2007, *Ilmu Resep*, Jakarta, Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Tu Y, Lin S, Chang Y. 2011. Relationships among service quality, customer satisfaction and customer loyalty in chain restaurant. *Management and Business Journal* 3: 52–70
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsemen Jasa*, Edisi Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Wibowo, Agung Edy, 2012, *Aplikasi SPSS dalam Penelitian*, Cetakan Ke-1, GAVA Medika :Yogyakarta.
- Widayati, S., dan Zairina, N., 1996, *Peran Farmasis Dalam Pelayanan Informasi Obat Untuk Psasien Melalui Konseling*, Prosiding Kongres Ilmiah XI ISFI 3-6 juli 1996 JawaTengah.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Malho 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

KUESIONER

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMBELIAN OBAT TANPA
RESEP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI APOTEK LABORA
FARMA**

Identitas Responden

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
- 3) Usia :
- 4) Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian

- 1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami sebaik-baiknya, sehingga tidak pernyataan yang tidak terisi atau terlewat.
- 2. Berilah tanda checklist () pada jawaban yang Bapak/Ibu, dan Saudara-saudara pilih perkolom yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai pendapat atas pernyataan . dengan keterangan dibawah ini:

- SS : Sangat Setuju = 4
- S : Setuju = 3
- TS : Tidak Setuju = 2
- STS : Sangat Tidak Setuju = 1

KUESIONER KUALITAS PELAYANAN

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
A	Variabel Bukti Langsung Tangibles(X1)				
1	Apotek labora farma terlihat bersi dan rapi				
2.	Penataan bagian luar dan bagian dalam apotek labora farma terlihat bersi dan rapi				
3.	Konsumen merasa nyaman saat menunggu obat yang disiapkan				
4	Petugas apotek labora farma berpakaian bersih dan rapi				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
B	Variabel Keandalan/Realiability(X2)				
1.	Apotek labora farma melayani pembelian obat dengan cepat				
2.	Obat yang tersedia diapotek labora farma sangat lengkap				
3.	Obat yang dijual di Apotek labora farma dengan harga yang terjangkau				
4	Konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang obat yang dibeli				

No	PERNYATAAN	SS	S	STS
C	Variabel Daya Tanggap/Responsiveness(X3)			
1	Petugas apotek labora farma cepat tanggap terhadap keluhan konsumen			
2	Petugas apotek labora farma mampu memberikan penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi konsumen			
3	Konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang obat yang dibeli di apotek labora farma			
4	Sikap tanggap apotek labora farma dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat			

No	PERNYATAAN			
D	Jaminan/Assurance(X4)	SS	S	STS
1	Petugas apotek labora farma mempunyai pengetahuan dan ketrampilan yang baik dalam bekerja			
2	Obat yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan			
3	Obat yang disediakan apotek labora farma terjamin kualitasnya			

No	PERYATAAN	SS	S	STS
E	Empathy(empati)			
1	Petugas apotek labora farma memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen			
2	Petugas apotek labora farma memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status social			
3	Antara pihak apotek labora farma dan konsumen mempunyai komunikasi yang baik			

KUESIONER KEPUASAN KONSUMEN(Y)

No	Variable Kepuasan Konsumen(Y)				
	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang Obat yang dibeli di Apotek Labora Farma				
2.	Apotek Labora Farma terlihat bersih dan rapi				
3.	Obat yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan				
4.	Obat yang disediakan Labora Farma terjamin kualitasnya				
5.	Petugas Apotek Labora Farma memberikan perhatian terhadap konsumen				
6.	Petugas Apotek Labora Farma mampu memberikan penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi konsumen				
7.	Kelengkapan, Kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai Apotek Labora Farma				
8.	Petugas Apotek Labora Farma berpakaian bersih dan rapi				
9.	Konsumen merasa nyaman saat menunggu Obat yang disiapkan				
10.	Penataan bagian luar dan bagian dalam ruangan ApotEk Labora Farma terlihat bersih dan rapi				

TABULASI DATA KUESIONER

DATA KUESIONER VARIABEL BUKTI LANGSUNG/TANGIBLES (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Bukti Langsung
1	4	4	4	3	15
2	4	4	3	4	15
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	3	15
6	5	4	4	4	17
7	5	4	5	4	18
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	4	17
11	5	4	5	3	17
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	3	15
16	4	3	4	4	15
17	4	3	4	4	15
18	4	4	4	4	16
19	4	3	4	3	14
20	5	3	5	4	17
21	3	3	3	3	12
22	4	3	4	4	15
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	3	15
25	5	3	4	4	16
26	2	4	4	4	14
27	4	3	4	4	15
28	4	3	4	4	15
29	4	3	4	4	15
30	5	4	4	3	16
31	4	4	4	4	16
32	4	2	4	3	13
33	4	3	3	3	13
34	4	4	4	4	16

35	3	2	3	4	12
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	2	4	4	14
39	4	3	4	4	15
40	4	3	4	4	15
41	4	3	4	4	15
42	4	2	4	5	15
43	3	4	2	4	13
44	2	2	4	4	12
45	4	2	4	3	13
46	3	4	4	4	15
47	4	2	3	4	13
48	4	4	4	4	16
49	5	2	5	5	17
50	5	4	5	4	18
51	4	4	4	4	16
52	4	2	2	4	12
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	4	19
55	4	3	4	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	5	4	5	5	19
62	3	2	2	3	10
63	5	5	5	5	20
64	5	4	4	4	17
65	5	3	4	4	16
66	4	3	3	3	13
67	4	3	3	3	13
68	4	4	4	4	16
69	4	2	4	4	14
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	3	3	3	13
73	4	5	4	4	17

74	4	5	4	5	18
75	4	3	4	3	14
76	5	3	5	5	18
77	4	3	3	3	13
78	4	3	4	3	14
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	3	15
81	4	4	4	4	16
82	5	4	4	4	17
83	4	3	3	3	13
84	4	3	4	4	15
85	4	4	4	4	16
86	5	4	5	5	19
87	5	4	4	4	17
88	5	5	5	5	20
89	5	5	4	4	18
90	4	4	4	4	16
91	4	4	5	5	18
92	5	4	4	5	18
93	5	4	4	4	17
94	5	4	4	4	17
95	5	5	4	4	18
96	3	3	4	3	13
97	5	4	4	4	17
98	5	5	5	5	20
99	5	5	4	4	18
100	4	4	4	4	16

DATA KUESIONER VARIABEL KEANDALAN/RELIABILITY (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Keandalan
1	4	4	3	4	15
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	19
5	4	4	4	4	16
6	3	5	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	3	4	15
11	3	4	3	4	14
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	5	4	4	17
16	4	4	2	4	14
17	4	4	2	4	14
18	4	4	4	4	16
19	4	4	3	4	15
20	5	5	4	5	19
21	3	3	2	3	11
22	4	4	3	4	15
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	4	4	3	4	15
26	4	4	2	4	14
27	4	4	3	4	15
28	3	4	2	4	13
29	4	4	3	4	15
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	2	4	14
33	3	5	2	3	13
34	3	4	2	4	13
35	4	4	2	4	14
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	2	4	14
39	4	4	3	4	15
40	4	4	3	4	15
41	4	4	3	4	15
42	4	5	2	4	15
43	4	4	4	4	16

44	4	4	2	4	14
45	4	4	2	3	13
46	4	4	4	4	16
47	3	4	2	4	13
48	4	4	4	4	16
49	4	4	2	5	15
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	4	4	2	4	14
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	4	19
55	4	4	3	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	4	3	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	5	4	5	18
62	3	4	2	3	12
63	5	5	5	5	20
64	5	5	4	4	18
65	4	4	2	4	14
66	3	3	2	4	12
67	4	5	2	3	14
68	4	4	2	4	14
69	4	4	2	4	14
70	3	4	4	4	15
71	4	4	4	4	16
72	3	4	1	3	11
73	4	4	5	4	17
74	5	5	5	5	20
75	4	4	3	4	15
76	5	5	2	3	15
77	3	3	3	4	13
78	3	3	2	4	12
79	4	4	4	4	16
80	3	4	2	4	13
81	4	4	2	4	14
82	4	4	2	4	14
83	4	4	3	4	15
84	3	3	2	4	12
85	4	4	4	2	14
86	5	5	4	4	18
87	4	4	2	4	14

88	5	5	5	5	20
89	4	4	1	4	13
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	5	17
92	4	4	4	5	17
93	4	4	2	4	14
94	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20
96	4	4	3	3	14
97	4	4	2	4	14
98	5	5	5	5	20
99	4	4	1	4	13
100	4	4	4	4	16

**DATA KUESIONER VARIABEL DAYA TANGGAP/*RESPONSIVENESS*
(X3)**

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Daya Tanggap
1	4	4	4	3	15
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	4	5	4	5	18
5	4	4	4	3	15
6	4	5	4	4	17
7	2	4	4	4	14
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	3	4	3	3	13
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	5	4	3	16
16	3	4	4	4	15
17	3	4	4	4	15
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	3	15
20	5	5	5	4	19
21	3	3	3	3	12
22	5	4	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	2	3	3	3	11
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	3	4	4	4	15
29	4	4	4	4	16
30	3	4	4	3	14
31	3	4	4	4	15
32	4	4	4	3	15
33	4	5	4	3	16
34	3	4	3	4	14
35	4	4	3	4	15
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	2	4	4	4	14
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	3	4	4	4	15
42	4	5	4	5	18

43	2	4	4	4	14
44	4	4	4	4	16
45	3	4	3	3	13
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	5	17
50	4	4	4	4	16
51	3	4	4	4	15
52	4	4	4	4	16
53	4	4	5	4	17
54	4	5	4	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	3	4	4	4	15
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	5	5	5	19
62	2	4	3	3	12
63	5	5	5	5	20
64	4	5	5	4	18
65	3	4	4	4	15
66	3	3	3	3	12
67	3	5	4	3	15
68	3	4	4	4	15
69	3	4	4	4	15
70	2	4	4	4	14
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	3	14
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	2	4	4	3	13
76	2	5	5	5	17
77	3	3	3	3	12
78	1	3	3	3	10
79	4	4	4	4	16
80	3	4	3	3	13
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	3	4	5	3	15
84	2	3	3	4	12
85	4	4	4	4	16
86	4	5	5	5	19

87	4	4	4	4	16
88	5	5	5	5	20
89	5	4	4	4	17
90	4	4	4	4	16
91	4	4	5	5	18
92	5	4	5	5	19
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	4	17
95	4	5	4	4	17
96	5	4	4	3	16
97	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	20
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	4	16

DATA KUESIONER VARIABEL JAMINAN/ASSURANCE (X4)

NO	X4.1	X4.2	X4.3	Jaminan
1	4	4	4	12
2	3	4	4	11
3	5	5	5	15
4	5	4	4	13
5	4	4	4	12
6	4	4	5	13
7	4	4	4	12
8	4	4	5	13
9	4	4	4	12
10	4	4	3	11
11	3	4	3	10
12	4	4	4	12
13	5	4	4	13
14	4	4	4	12
15	4	5	4	13
16	4	4	4	12
17	4	4	5	13
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	5	5	5	15
21	4	4	4	12
22	4	4	3	11
23	4	4	4	12
24	4	3	3	10
25	4	4	4	12
26	3	4	4	11
27	4	5	4	13
28	3	5	3	11
29	4	5	4	13
30	4	3	3	10
31	3	4	4	11
32	4	3	4	11
33	5	4	4	13
34	3	3	3	9
35	3	4	3	10
36	3	5	4	12
37	4	4	4	12
38	4	3	3	10
39	3	5	3	11
40	4	4	3	11
41	4	5	3	12
42	4	4	4	12
43	4	3	4	11

44	3	4	4	11
45	3	4	3	10
46	4	5	3	12
47	4	4	3	11
48	3	5	5	13
49	4	4	4	12
50	4	4	5	13
51	4	4	3	11
52	4	4	3	11
53	5	5	3	13
54	5	4	4	13
55	4	5	3	12
56	5	4	4	13
57	4	5	4	13
58	5	4	5	14
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	5	4	5	14
62	4	4	4	12
63	5	5	5	15
64	5	5	4	14
65	4	5	3	12
66	3	3	3	9
67	3	4	4	11
68	3	3	3	9
69	4	4	4	12
70	4	4	5	13
71	4	5	5	14
72	3	4	2	9
73	4	4	4	12
74	5	5	5	15
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	3	4	3	10
79	4	5	3	12
80	4	3	4	11
81	3	4	3	10
82	4	3	4	11
83	5	5	4	14
84	3	3	3	9
85	3	4	4	11
86	5	5	5	15
87	3	3	3	9

88	5	5	5	15
89	4	5	5	14
90	5	5	4	14
91	4	4	5	13
92	5	4	5	14
93	4	5	3	12
94	5	4	5	14
95	5	5	5	15
96	4	3	3	10
97	4	4	4	12
98	5	5	5	15
99	4	4	4	12
100	5	5	5	15

DATA KUESIONER VARIABEL EMPATI/EMPATHY (X5)

NO	X5.1	X5.2	X5.3	Empati
1	4	4	4	12
2	5	4	4	13
3	5	5	5	15
4	5	4	5	14
5	4	4	4	12
6	5	4	5	14
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	5	4	4	13
10	4	4	4	12
11	3	4	4	11
12	5	5	5	15
13	4	4	4	12
14	4	4	5	13
15	4	4	4	12
16	3	5	4	12
17	3	4	3	10
18	4	4	4	12
19	4	3	4	11
20	5	4	5	14
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	3	3	3	9
25	5	4	4	13
26	4	4	3	11
27	4	5	3	12
28	3	5	4	12
29	4	5	3	12
30	5	3	5	13
31	5	4	4	13
32	3	3	4	10
33	3	4	3	10
34	4	3	4	11
35	4	4	3	11
36	5	5	4	14
37	5	4	5	14

38	4	3	4	11
39	4	5	3	12
40	4	4	4	12
41	5	5	4	14
42	5	4	4	13
43	4	3	3	10
44	4	4	3	11
45	3	3	3	9
46	4	4	4	12
47	3	4	3	10
48	3	4	5	12
49	5	4	4	13
50	4	4	4	12
51	3	4	3	10
52	3	3	3	9
53	4	5	4	13
54	5	4	5	14
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	5	4	5	14
60	4	4	4	12
61	5	4	5	14
62	4	3	3	10
63	5	5	5	15
64	3	3	3	9
65	4	5	4	13
66	3	3	4	10
67	3	4	3	10
68	4	3	4	11
69	3	4	3	10
70	3	3	3	9
71	3	5	3	11
72	3	4	3	10
73	5	4	4	13
74	4	5	5	14
75	3	4	3	10
76	4	4	4	12

77	4	4	5	13
78	3	3	4	10
79	5	5	3	13
80	3	3	4	10
81	4	4	5	13
82	3	3	5	11
83	3	3	4	10
84	3	3	3	9
85	4	4	4	12
86	5	5	5	15
87	5	3	4	12
88	5	5	5	15
89	4	5	3	12
90	4	5	4	13
91	4	4	5	13
92	4	4	5	13
93	4	5	4	13
94	4	4	3	11
95	4	5	4	13
96	4	3	4	11
97	4	4	4	12
98	5	4	4	13
99	5	5	5	15
100	4	4	4	12

DATA KUESIONER VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Y.P9	Y.10	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	41
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	41
4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	39
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	39
4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	35
4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	35
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	3	4	4	3	4	3	4	5	3	38
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
4	3	4	4	4	3	3	2	4	2	33
4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	39
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32
4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	40
2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	34
3	4	4	4	5	3	4	5	4	3	39
5	4	3	3	5	4	3	3	4	2	36
5	3	4	4	5	3	4	4	4	3	39
4	4	3	5	3	5	4	4	3	4	39
3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	38
5	3	4	3	3	4	4	3	5	2	36
4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	34
3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	33
4	5	3	4	4	3	3	2	4	2	34

5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	41
4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	42
3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	35
3	5	3	4	5	3	3	4	4	3	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
5	4	3	5	5	4	4	2	4	3	39
4	5	4	5	4	4	4	3	5	2	40
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	3	3	4	5	2	36
3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	30
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	34
5	4	5	3	4	5	3	4	4	4	41
5	4	4	5	4	4	4	4	3	2	39
5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	41
5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	38
3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
3	5	3	4	5	4	5	4	3	4	40
4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	44
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	43
2	3	3	2	3	2	4	3	5	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	36
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
4	4	4	3	4	3	3	3	4	5	37
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37
4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	38
3	4	5	3	4	3	4	4	5	5	40
4	3	5	3	5	3	4	5	5	3	40
3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	33

**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL BUKTI LANGSUNG/TANGIBLES
(X1)**

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	BUKTI LANGSUNG
X1.1	Pearson Correlation	1	,388**	,521**	,346**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,388**	1	,414**	,315**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,521**	,414**	1	,506**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,346**	,315**	,506**	1	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
BUKTI LANGSUNG	Pearson Correlation	,740**	,760**	,797**	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEANDALAN/RELIABILITY (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	KEANDALAN
						AN
X2.1	Pearson Correlation	1	,635**	,489**	,427**	,781**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,635**	1	,386**	,332**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,489**	,386**	1	,427**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,427**	,332**	,427**	1	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
KEANDALAN AN	Pearson Correlation	,781**	,694**	,863**	,671**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL DAYA
TANGGAP/RESPONSIVENESS(X3)**

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	DAYA TANGGAP
X3.1	Pearson Correlation	1	,419**	,472**	,391**	,791**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,419**	1	,644**	,472**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,472**	,644**	1	,636**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,391**	,472**	,636**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
DAYA TANGGAP	Pearson Correlation	,791**	,755**	,836**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL JAMINAN/ASSURANCE (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	JAMIN AN
X4.1	Pearson Correlation	1	,336**	,520**	,804**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,336**	1	,291**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,001		,003	,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,520**	,291**	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000
	N	100	100	100	100
JAMIN AN	Pearson Correlation	,804**	,684**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL EMPATY/EMPATHY (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	EMPAT I
X5.1	Pearson Correlation	1	,342**	,527**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,342**	1	,155	,650**
	Sig. (2-tailed)	,001		,123	,000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,527**	,155	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,123		,000
	N	100	100	100	100
EMPA TI	Pearson Correlation	,841**	,650**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN PASIEN (Y)

		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Y.P9	Y.P10	Kepuasan Pelanggan
Y.P1	Pearson Correlation	1	,217*	,279*	,258*	,367*	,305*	,314*	,035	,102	-,011	,497**
	Sig. (2-tailed)		,030	,005	,009	,000	,002	,001	,729	,314	,911	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P2	Pearson Correlation	,217*	1	,213*	,507*	,329*	,407*	,451*	,233*	,007	,186	,609**
	Sig. (2-tailed)	,030		,033	,000	,001	,000	,000	,020	,948	,063	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P3	Pearson Correlation	,279*	,213*	1	,182	,330*	,347*	,486*	,418*	,298*	,294*	,665**
	Sig. (2-tailed)	,005	,033		,070	,001	,000	,000	,000	,003	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P4	Pearson Correlation	,258*	,507*	,182	1	,275*	,550*	,280*	,202*	-,077	,176	,580**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,070		,006	,000	,005	,044	,446	,080	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P5	Pearson Correlation	,367*	,329*	,330*	,275*	1	,089	,358*	,203*	,081	,120	,530**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,006		,379	,000	,043	,421	,235	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P6	Pearson Correlation	,305*	,407*	,347*	,550*	,089	1	,405*	,318*	,084	,347*	,676**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,379		,000	,001	,407	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P7	Pearson Correlation	,314*	,451*	,486*	,280*	,358*	,405*	1	,460*	,219*	,269*	,724**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,005	,000	,000		,000	,029	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P8	Pearson Correlation	,035	,233*	,418*	,202*	,203*	,318*	,460*	1	,143	,389*	,587**
	Sig. (2-tailed)	,729	,020	,000	,044	,043	,001	,000		,157	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P9	Pearson Correlation	,102	,007	,298*	-,077	,081	,084	,219*	,143	1	,168	,356**
	Sig. (2-tailed)	,314	,948	,003	,446	,421	,407	,029	,157		,094	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P10	Pearson Correlation	-,011	,186	,294*	,176	,120	,347*	,269*	,389*	,168	1	,536**
	Sig. (2-tailed)	,911	,063	,003	,080	,235	,000	,007	,000	,094		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,497*	,609*	,665*	,580*	,530*	,676*	,724*	,587*	,356*	,536*	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Standar	Keterangan
X1	0,726	0,60	Valid
X2	0,700	0,60	Valid
X3	0,769	0,60	Valid
X4	0,651	0,60	Valid
X5	0,613	0,60	Valid

Sumber Data Primer Diolah 2023

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Table 4.12

Reliabilit

y

Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	10

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,36784912
	Absolute	,084
Most Extreme Differences	Positive	,084
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,844
Asymp. Sig. (2-tailed)		,474

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,041	1,344		2,263	,026
	BUKTI LANGSUNG	,429	,112	,203	3,841	,000
	KEANDALAN	,724	,134	,346	5,388	,000
	DAYA TANGGAP	,405	,129	,184	3,145	,002
	JAMINAN	,704	,134	,263	5,238	,000
	EMPATI	,276	,127	,103	2,166	,033

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

**HASIL UJI T (PARSIAL)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,041	1,344		2,263	,026
BUKTI LANGSUNG	,429	,112	,203	3,841	,000
KEANDALAN	,724	,134	,346	5,388	,000
DAYA TANGGAP	,405	,129	,184	3,145	,002
JAMINAN	,704	,134	,263	5,238	,000
EMPATI	,276	,127	,103	2,166	,033

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

HASIL UJI F (SIMULTAN)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1550,610	5	310,122	157,380	,000 ^b
	Residual	185,230	94	1,971		
	Total	1735,840	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), EMPATI, JAMINAN, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, KEANDALAN

HASIL R DAN R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,945 ^a	,893	,888	1,40376

a. Predictors: (Constant), EMPATI, JAMINAN, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, KEANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN