PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOTEK ALIFA BANDAR LAMPUNG

Selfia Alke Mega¹, Febthesia Niza Bella²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung
Jl. ZA. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142.
Tlp. 0721-701979 Fax. 0721- 701643
Email: selfia@ubl.ac.id; Febthesia.Nisa@student.ubl.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan yang dirumuskan adalah, Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Tujuan dalam penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen di Apotek Alifa yang berjumlah 100 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas dan realibilitas dalam penelitian menggunakan SPSS versi 17 berstatus valid dan reliabel. Metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda, Koefisien kolerasi, Koefisien determinasi Uji t dan Uji F. Hasil analisis Regresi linier berganda yaitu: . Pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan taraf signifikansi 5% yaitu $dk = n - k$ maka $dk = 100 - 3 = 97$, thitung 3,213 > ttabel 1,985 artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Pengujian hipotesis Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan taraf signifikansi 5% terdapat pengaruh antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan. Pengujian hipotesis F dengan taraf 5% yaitu F hitung (48,976) > F tabel (3,09), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis penelitian yang dinyatakan dalam penelitian ini dapat diterima, berarti variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Alifa di Bandar Lampung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan globalisasi yang semakin maju dan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka seluruh organisasi atau perusahaan pun harus ikut berkembang yang akan mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan-perusahaan, seperti apotek-apotek kecil secara keseluruhan yang ada di Indonesia. Keadaan ini memicu para usahawan untuk melakukan upaya pembenahan dan pengembangan pada perusahaannya untuk mencapai keunggulan. Oleh karenanya perusahaan apotek kecil harus mempunyai kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan. Sehingga pelayan dan kepuasan pelanggan yang dibangun dapat dimanfaatkan sesuai dengan harapan berdasarkan visi dan misi apotek tersebut.

Perkembangan bisnis di era sekarang juga telah berkembang sangat pesat, dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan setiap harinya pun sangat besar kemungkinan selalu berubah dengan pesaing lain. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Apotek Alifa tepatnya berada di Bandar Lampung di Jalan KH. Agus Salim No. 164, Klp. Tiga, Tj. Karang Pusat Bandar Lampung, dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih tempat yang murah sesuai yang konsumen inginkan.

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan

pelanggan sebagai tujuan utama. Dalam rangka meningkatkan konsumen perlu mempertahankan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Alifa Bandar Lampung dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil prasurvei (2018) yang dalam bentuk dokumentasi kuisisioner, sebanyak 9 orang (30,0%) menyatakan puas dari aspek *tangibles*, sebanyak 11 orang (36,7%) menyatakan puas dari aspek *empathy*, sebanyak 1 orang (3,3%) menyatakan puas dari aspek *reliability*, sebanyak 6 orang (20,0%) menyatakan puas dari aspek *responsiveness* dan sebanyak 3 orang (10,0%) menyatakan puas dari aspek *assurance*. Dengan jumlah kuisisioner sebanyak 30. Kurang puasnya konsumen terhadap kualitas pelayanan Apotek Alifa Bandar Lampung disebabkan oleh jumlah kasir hanya 1 orang karena per-shift sehingga dalam pembayaran harus mengantri oleh Apotek Alifa Bandar Lampung.

Harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran eceran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi peritel. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Berdasarkan hasil peneliti, adanya berbagai jenis produk obat dan harga yang berbeda di setiap apoteknya. Jika pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya

kemungkinan untuk kembali dan membeli produk yang sama maupun berbeda. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas. Pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya, lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang lama sebelumnya. Serta pelanggan tersebut tidak akan merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang disekitarnya. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.

Berdasarkan data konsumen pada Apotek Alifa Bandar Lampung pada tahun 2017 cenderung fluktuatif tiap bulannya, pada

bulan Maret (16,2%) mengalami kenaikan tetapi pada bulan April (-90,1%) mengalami penurunan sebesar (73,9%). Pada bulan November (-14,6%) mengalami penurunan tetapi pada bulan Desember mengalami kenaikan (58,2%) sebesar (43,6%). Hal ini harus diperhatikan lagi oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang harus dapat meningkatkan konsumen setiap bulannya agar tidak mengalami penurunan yang tinggi. Hal ini juga didasari oleh Apotek Alifa Bandar Lampung yang dituntut terus menerus untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah konsumen. Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Alifa Bandar Lampung”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler (2012:8), yaitu :“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial baik individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa atau perusahaan. Menurut Tjiptono (2014:268) menyatakan bahwa: “Kualitas jasa merupakan tingkat

keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Pengertian Harga

Harga dari sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa (Dinawan, 2010:78).

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Diana (2015:23) menyatakan bahwa perasaan senang atau

kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil

Kerangka Konseptual

Hipotesis

Pengertian Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2011:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini berupa desain penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif yaitu prosedur atau cara pemecahan masalah dengan cara menggambarkan atau melukiskan, fenomena, keadaan, peristiwa atau sesuatu yang sedang berlangsung pada saat sekarang berdasarkan pada fakta-fakta yang terjadi sebagaimana keadaannya dan dilakukan analisis statistika.

Populasi

Pengertian dari populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan

produk atau jasa yang dipersepsikan dan diekspetasinya.

masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Apotek Alifa Bandar Lampung.

H2 : Diduga harga pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Apotek Alifa Bandar Lampung.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Apotek Alifa Bandar Lampung.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010:115). Berdasarkan pengertian diatas, untuk memudahkan penelitian ini maka jumlah keseluruhan pelanggan Apotek Alifa Bandar Lampung sebanyak 38.681 pelanggan dalam setahun (2017).

Sampel

Menurut Arikunto (2013:174), sampel adalah sebagian atau wakil yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan adalah *consecutive random sampling* yaitu semua subyek yang datanya secara berurutan dan memenuhi kriteria pemilihan dimasukan ke dalam penelitian sampai jumlah subyek

terpenuhi. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dalam Pratiwi, (2010:56) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi yaitu jumlah total pelanggan

e : Nilai kritis

Hasil perhitungan sebagai berikut :

N : 38.681

e : 0,10

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{38.681}{1 + (38,681 \cdot (0,10)^2)}$$

$$n = \frac{38.681}{1 + 386.81} \rightarrow 99,7$$

n = 100 Orang.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Metode Analisis

Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, dengan interpretasi terhadap data diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui tabel derajat kebebasan (*degrees of freedom*).

Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk data-data yang berbentuk angka yang dapat diukur atau dihitung. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel atau hal terdapat variable lain secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan perhitungan melalui metode statistik dan untuk mempermudah analisis data maka dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 17.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Uji Validitas

Nilai r (X1)	Nilai r (X2)	Nilai r (Y)	Nilai r Tabel	N	Validitas
0,739	0,714	0,494	0,197	100	Valid
0,604	0,591	0,587	0,197	100	Valid
0,732	0,780	0,612	0,197	100	Valid
0,733	0,760	0,567	0,197	100	Valid
0,762	0,556	0,690	0,197	100	Valid
0,762	0,618	0,662	0,197	100	Valid
0,715	0,595	0,645	0,197	100	Valid
0,652	0,661	0,624	0,197	100	Valid
0,688	0,669	0,673	0,197	100	Valid
0,664	0,721	0,689	0,197	100	Valid

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti tentang Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan, maka hasil jawaban responden tersebut kemudian di olah menggunakan bantuan

program software SPSS dan dapat diketahui data sebagai berikut: Jika dilihat dari kolom corrected item-total correlation dan jika seluruh jawaban responden dibandingkan dengan r tabel dengan taraf signifikan 0,05 = 0,197 hasil perhitungan diatas nilai r tabel. dengan demikian dapat ditarik kesimpulan seluruh kuesioner tentang Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan “Valid”.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.4
Reliability Statistics

Varibel	Cronbach's Alpha	Reliability
X1	0,888	Reliabel
X2	0,858	Reliabel
Y	0,821	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2018

Dari hasil uji Reliabilitas di atas di dapat nilai Alpha Kualitas Pelayanan sebesar 0,888, Harga sebesar 0,858 serta Kepuasan Pelanggan sebesar 0,821 dan kesimpulannya kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable karena nilai alpha nya >0,60. ini berarti bahwa alat ukur yang di gunakan dalam penelitian ini sudah memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten dalam mengukur gejala yang sama.

Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.556	3.327		1.970	.052
	X1	.282	.088	.245	3.213	.002
	X2	.536	.070	.587	7.707	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 17, 2018

Interpretasi

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

$$Y = 6,556 + 0,282X_1 + 0,536X_2 + e_t$$

Interpretasi:

- Hasil diatas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan $Y = 6,556 + 0,282X_1 + 0,536X_2$ yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut, Persamaan $Y = 6,556 + 0,282 X_1 + 0,536 X_2$ mengindikasikan bahwa koefisien variabel variabel Harga (0,536) mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (0,282).
- Nilai koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,282 mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara

variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Apotek Alifa di Bandar Lampung, sehingga pada setiap peningkatan atau kenaikan poin yang dilakukan terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 1 unit, maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Apotek Alifa di Bandar Lampung sebesar 0,282 poin pada konstanta 6,556.

- Nilai koefisien untuk variabel Harga (X_2) sebesar 0,536 mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Apotek Alifa di Bandar Lampung, sehingga setiap peningkatan atau kenaikan poin yang dilakukan terhadap variabel Harga (X_2) sebesar 1 unit, maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Apotek Alifa di Bandar Lampung sebesar 0,536 poin pada konstanta 6,556.
- Maka dapat di simpulkan dari kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa terjadinya Kepuasan Pelanggan yang Setuju lebih banyak atau lebih dominan dipengaruhi oleh Harga dari pada kualitas Pelayanan.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.12
Correlations

	X1	X2	Y
X1	1	.341**	.445**
	Pearson Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	100	100
X2	.341**	1	.670**
	Pearson Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	100	100
Y	.445**	.670**	1
	Pearson Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	100	100

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

Interpretasi :

Dari hasil analisis koefisien korelasi didapat korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,445, sedangkan korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan adalah 0,670. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi tingkat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, sedangkan tingkat hubungan harga dengan kepuasan pelanggan adalah cukup erat. Arah hubungan positif karena nilai korelasi positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan dan harga maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.13
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.502	.492	3.328

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari tabel di atas memperlihatkan keeratan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil perhitungan diperoleh $R_{X_1 X_2 Y} = 0,709$ dan

koefisien determinasi sebesar $R^2_{X_1 X_2 Y} = 0,502$ atau 50,2%. Besarnya koefisien determinasi, memberikan arti bahwa besarnya perubahan pada variabel Kepuasan Pelanggan 50,2% dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan dan Harga, sedangkan sisanya 49,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti seperti Kualitas Produk, Promosi, Loyalitas Konsumen, Tempat dan lain-lain.

Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial dapat dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis yang diajukan diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.14

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh	t_{hitung}	$t_{tabel}(n-2; \alpha 0,05)$	Kondisi	Kesimpulan
X ₁ ke Y	3.213	1,985	$t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,002 < 0,05)	H_0 ditolak dan H_a diterima
X ₂ ke Y	7.707	1,985	$t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,000 < 0,05)	H_0 ditolak dan H_a diterima

Sumber: Data Diolah, 2018

Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis diatas di dapat t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,213 dengan tingkat signifikan 0,002 karena probality jauh lebih kecil dari 0,050 maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis pertama “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Alifa di Bandar Lampung” diterima.

Uji Hipotesis Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis diatas di dapat t_{hitung} variabel Harga sebesar 7,707 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probality jauh lebih kecil dari 0,050 maka Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis kedua “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Alifa di Bandar Lampung” diterima.

Uji Hipotesis Anova atau Uji F

Tabel 4.15
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1084.992	2	542.496	48.976	.000 ^a
Residual	1074.448	97	11.077		
Total	2159.440	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari uji anova atau F test didapat F hitung sebesar 48,976 dengan F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probability jauh lebih kecil dari 0,050 maka Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Simpulan tersebut ditunjukkan dari temuan-temuan hasil analisis sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable Kepuasan pelanggan pada Apotek Alifa.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable Kepuasan Pelanggan pada Apotek Alifa.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable Kepuasan pelanggan pada Apotek Alifa.
4. Sedangkan secara koefisien determinasi (KD) adalah besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 50,2% dan sisanya yaitu 49,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisa data secara kualitatif dan kuantitatif terdapat beberapa hal yang perlu direkomendasikan kepada Apotek Alifa di Bandar Lampung dalam rangka peningkatan Kepuasan Pelanggan agar lebih Setuju dari keadaan saat ini antara lain:

terhadap Kepuasan Pelanggan, berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian hipotesis ketiga : “Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Alifa di Bandar Lampung” dapat diterima.

1. Pada Indikator Kualitas Pelayanan terdapat item pertanyaan rendah yaitu nomor tiga. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Apotek Alifa harus meningkatkan kecepatan dalam pemrosesan pelayanan tepat waktu, misalkan dalam meracik obat dokter tepat waktu. Hal ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada Apotek Alifa yang berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.
2. Pada indikator Harga terdapat item pertanyaan rendah yaitu nomor enam, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga obat di Apotek Alifa harus sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen, dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2013 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan. 7. CV Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran – Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. Persepsi Harga Dan Kekurangan Harga di Pasar. *The Journal of Product And Brand Management*, 19 (5) 2010.
- Dinawan, Adisaputra, 2010, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

- Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya. Semarang). Jurnal Penelitian.*
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas ?TakCukup*. Yogyakarta.Andi.
- Hastono, P.S. (2011).Analisa Data Kesehatan: Basic Data UjiValiditas dan Uji Reliabilitas. Scale: ALL VARIABLES.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011.“*PemasaranJasaPerspektifedisi 7*”.Jakarta :Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, (2013): *Manajemen Pemasaran Jasa*.Jakarta: Salemba Empat.
- Margono, 2010.Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Nasution, M. Nur. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Pratiwi, Dinar Ika. 2010. “Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimitid di Semarang”. Universitas Diponegoro Semarang.
- Priyatno, Dwi, 2012, *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom, Yogyakarta.
- Situmorang, James. R. (2011). *Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Soewadji, Jusuf. 2012. Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Administrasi*, Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suwardi. (2011). *Menujur Kepuasan Pelanggan melalui Penciptakaan Kualitas Pelayanan dalam Jurnal Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No. 1*.
- Swastha DH., Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi ke-2. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.