

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba meningkatkan daya saingnya agar bisa bersaing dengan kompetitor. Globalisasi ini adalah faktor utama yang menciptakan atau meningkatkan permintaan akan barang dan jasa eceran. Perubahan yang sangat cepat seperti saat ini, telah membawa dampak dan pengaruh yang sangat berarti untuk perkembangan perekonomian khususnya di negara kita dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, banyak peritel besar yang mencermati perkembangan globalisasi, terutama perkembangan yang berdampak pada kehidupan masyarakat. Agar dapat berhasil dalam persaingan, perusahaan harus memenuhi persyaratan untuk mempertahankan pelanggan dengan menerapkan pelayanan yang baik dan dengan membangun citra yang baik di hati konsumen, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan untuk mencapai tujuan tersebut.¹

Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran atau ritel (*retailing*) yang berbentuk seperti toko, distro (*distribution outlet*), mini market, *department store* (toserba), supermarket (pasar swalayan), dan lain-lain.² Apotek merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang ritel dan termasuk ke dalam kategori *specialty store*. *Specialty Store* adalah toko eceran yang menjual barang-barang jenis lini produk tertentu saja yang bersifat spesifik.³

Keadaan industri farmasi di Kudus saat ini berkembang pesat. Apotek dengan daya saing rendah menghadapi

¹ I. Made Bayu Dwika Artawan, Dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar." *Values* 3, No. 3 (2022), 691.

² Muhammad Rheza Alfin Dan Sahidillah Nurdin, "Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Ecodemica* 1, No. 2 (2017), 249–250.

³ Feronika Pangih Putri And Reza Widhar Pahlevi, "Azza Eyewear Business Development Strategy Using Swot Analysis," *Indonesian Journal Of Entrepreneurship And Startups* 1, No. 1 (2023), 45.

tantangan berat dalam industri farmasi. Hal ini dikarenakan banyaknya apotek yang didirikan dan berdekatan membuat kondisi semakin tidak menguntungkan bagi perkembangan usaha. Pesatnya pertumbuhan industri farmasi membuat para pemilik dan pengelola usaha farmasi ini harus memutar otak untuk meningkatkan daya saing agar dapat bertahan, terutama perusahaan yang tidak memiliki bentuk kerjasama apapun, misalnya bekerja dengan Dokter atau BPJS Kesehatan. Dalam meningkatkan perkembangan usaha maka pentingnya apotek memberikan pelayanan farmasi yang baik untuk pelanggan.⁴

Kemajuan ilmu dan teknologi mendorong masyarakat untuk memperhatikan derajat kesehatan demi menaikkan kualitas hidupnya. Oleh karena itu tersedianya pelayanan kesehatan bagi masyarakat menjadi hal yang harus mendapat perhatian dari pemerintah sebagai salah satu upaya dalam pembangunan di bidang kesehatan. Apotek adalah tempat usaha yang menyediakan obat-obatan. Kotler mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor kefarmasian, apotek perlu mengembangkan strategi bersaing yang efektif, termasuk langkah-langkah untuk menciptakan posisi yang aman dalam kompetisi. Tujuan dari strategi bersaing adalah membangun posisi yang menguntungkan dan stabil dalam menghadapi kekuatan lawan. Dengan kata lain, strategi bersaing merupakan usaha untuk mencari posisi yang menguntungkan dalam industri dimana persaingan terjadi.

Ada banyak strategi yang dilakukan apotek untuk menciptakan kepuasan konsumen antara lain harga yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan perumahan warga dan memiliki kualitas pelayanan yang nyaman, baik dan harus memiliki apoteker. Disini ada hubungan yang erat antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan untuk mendapatkan

⁴ I. Made Bayu Dwika Artawan, Dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar." Values 3, No. 3 (2022), 691.

kepuasan konsumen yang maksimal. Apoteker yang berkompeten, dimana apoteker sebagai bagian dari tenaga kesehatan mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam mewujudkan pelayanan kefarmasian yang berkualitas. Pelayanan kefarmasian selain menjadi tuntutan profesionalisme juga dapat dilihat sebagai faktor yang menarik minat konsumen terhadap pembelian obat di apotek.

Bukan hanya aspek pelayanan yang perlu dipertimbangkan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian obat di apotek, tetapi pula penetapan harga dan pemilihan lokasi yang strategis dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kemampuan finansial konsumen dapat berdampak positif terhadap tingkat kepuasan mereka, sehingga konsumen cenderung kembali jika harga yang ditawarkan oleh apotek dianggap sesuai dengan daya beli mereka. Selain itu, faktor lokasi juga memiliki peran penting dalam membangun bisnis farmasi atau apotek. Memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen dapat secara efektif menarik minat pembelian konsumen.

Kepuasan pasien yang memanfaatkan layanan apotek mencerminkan hasil dari kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan di apotek. Pelayanan ini mencakup interaksi dengan layanan medis, pasien, dan seluruh sistem kesehatan, termasuk aspek administratif, keuangan, dan tenaga kesehatan. Kepuasan dalam menggunakan jasa apotek mencerminkan sikap konsumen dalam menentukan arah dan tujuan akhir dalam pemahaman penggunaan obat yang benar atau dalam proses pembelian produk obat tertentu.⁵

Lokasi fasilitas jasa memiliki peran krusial dalam kesuksesan suatu layanan, karena berkaitan erat dengan pasar potensial penyedia jasa, seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono dan Chandra. Umumnya, pertimbangan lokasi fasilitas jasa dapat dibagi menjadi dua, yaitu pelanggan datang ke lokasi fasilitas jasa atau penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Kedua aspek ini juga dapat dikombinasikan oleh

⁵ Rama Joko Darmawan Dan Budi Satrio, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Takavi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, No. 8 (2017), 1-2.

penyedia jasa. Pemilihan lokasi melibatkan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang bersifat kapital intensif. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu mempertimbangkan, menyeleksi, dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.⁶

Hasil penelitian Ganda Tua Sitorus membuktikan bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia farma cabang Medan.⁷ Sedangkan hasil penelitian Dinda Vira, Medinal, dan Gayatria Oktalina membuktikan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁸

Keragaman produk menjadi perhatian utama pelanggan dalam konteks kepuasan berbelanja. Menurut Musfar, produk harus sesuai dengan kebutuhan kelompok target, dan pemasar perlu memastikan kesesuaian jenis produk dengan pasar yang dituju. Yahya *et al.* (2017) menyatakan bahwa keragaman produk mencakup seluruh lini dan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Dengan demikian, keragaman produk bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, memudahkan mereka dalam memilih produk sesuai preferensi. Keberagaman produk diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen saat mengunjungi atau membuat keputusan pembelian di apotek.⁹

Keragaman produk dinilai penting disini karena semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka pelanggan pun akan merasa puas jika ia

⁶ Rama Joko Darmawan Dan Budi Satrio, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Takavi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, No. 8 (2017), 3-4.

⁷ Ganda Tua Sitorus, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Intensi (Retensi Dan Ekspansi) Pada Apotek Kimia Farma Cabang Medan, (Tesis, 2008, Universitas Terbuka Jakarta), 127.

⁸ Vira, Dinda. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, No. 02 (2023): 148-154.

⁹ Iffa Ainur Rozi Dan Khuzaini Khuzaini, "Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)* 10, No. 5 (2021), 2.

melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain.¹⁰

Hasil penelitian I. Made Bayu Dwika Artawan, I. Gusti Ngurah Agung Gede Eka, Teja Kusuma, dan I. Wayan Gede Antok Setiawan Jodi membuktikan bahwa Keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar.¹¹ Sedangkan Hasil penelitian Fandi ardiansyah dan Kartini Aprianti membuktikan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.¹²

Kualitas dan mutu memiliki makna yang sama. Kata mutu dapat disamakan dengan kata kualitas, dan keduanya merujuk pada tingkat baik buruknya atau derajat suatu hal. Istilah ini umumnya digunakan dalam bisnis, rekayasa, dan manufaktur untuk mengacu pada teknik dan konsep yang meningkatkan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan. Lovelock dan Wright mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan ekonomi yang memberikan manfaat kepada pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, menciptakan perubahan yang diinginkan dalam diri penerima jasa.

Keberhasilan perusahaan dalam menyediakan pelayanan berkualitas kepada pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, dan meraih keuntungan sangat dipengaruhi oleh pendekatan yang diterapkan. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang sering digunakan dalam penelitian pemasaran adalah model Servqual, yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk., yang mencakup aspek-aspek seperti

¹⁰ Nuri Mahdi Arsyanti Dan Sri Rahayu Tri Astuti. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 5, No. 2 (2016): 291-301.

¹¹ I. Made Bayu Dwika Artawan, Dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar," *Values* 3, No. 3 (2022), 699.

¹² Ardiansyah, Fandi, And Kartini Aprianti. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima." *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, No. 2 (2020): 163-169.

keberwujudan, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati.¹³

Zeithaml dan Bitner mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penyediaan layanan yang baik atau sangat baik dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kotler dan Keller menyebut kualitas pelayanan sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang diungkapkan atau tersirat. Terdapat lima karakteristik dalam kualitas pelayanan, yakni:

1. *Tangibles* (bukti fisik), yang mencakup bukti fisik yang menunjukkan keberadaan perusahaan;
2. *Reliability* (kehandalan), yang menandakan kehandalan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan;
3. *Responsiveness*, yang melibatkan kemampuan perusahaan memberikan layanan cepat dan tepat dengan informasi yang jelas;
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian), yang melibatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan pelanggan;
5. Empati, yang menunjukkan perhatian tulus dan individual kepada pelanggan dengan usaha memahami keinginan mereka.¹⁴

Hasil penelitian Hanisa dan Eko Wahyu Widayat membuktikan bahwa Secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma di Kota Bogor.¹⁵ Sedangkan hasil penelitian Vinny Dwi Rahim Safavi dan Hawignyo membuktikan bahwa

¹³ Rama Joko Darmawan Dan Budi Satrio, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Takavi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, No. 8 (2017), 3.

¹⁴ Rumiya And Afriapolo Syafarudin, "The Influence Of Service Quality, Marketing Mix, On Bank Customer Satisfaction In The Era Covid-19", *Ilomata International Journal Of Tax & Accounting* 2, No. 1 (2021): 86.

¹⁵ Hanisa, Hanisa, And Eko Wahyu Widayat. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor)." *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal* 1, No. 2 (2021): 154-163.

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial tidak berpengaruh signifikan.¹⁶

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional atas evaluasi pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Pelaku usaha perlu menciptakan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan atau alternatifnya, bahkan secara kualitas diupayakan harus setinggi tingginya dapat melampaui harapan pelanggan tersebut.¹⁷

Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.¹⁸

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian kepuasan pelanggan pada dasarnya melibatkan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Penilaian kepuasan pelanggan dapat dibagi menjadi tiga bentuk yang berbeda, yaitu: pertama, *Positive disconfirmation*, ketika kinerja melebihi harapan, kedua, *Simple confirmation*, ketika kinerja sejajar dengan harapan,

¹⁶ Safavi, Vinny Dwi Rahim, And Hawignyo Hawignyo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar." *Jurnal Manajemen* 13, No. 1 (2021): 142-150.

¹⁷ Nida Salma Fahriani Dan Intan Rike Febriyanti, "Analisis Kepuasan Pelanggan Di Apotek Bunda Cikembar," *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, No.3 (2022): 2.

¹⁸ I Putu Gede Manik Kartika Yudha Dan Ni Wayan Sri Suprpti, "Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta)", *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 7, No 7 (2018): 1087.

dan ketiga, *Negative disconfirmation*, ketika kinerja lebih rendah dari harapan.¹⁹

Apotek memegang peran krusial dalam sektor kesehatan di Indonesia sebagai saluran distribusi obat dan peralatan kesehatan untuk masyarakat. Menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes), Indonesia memiliki total 30.199 apotek pada tahun 2021, jumlah ini stabil dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hanya 3.910 apotek yang berkolaborasi dengan BPJS Kesehatan. Dalam dekade terakhir, terlihat tren peningkatan jumlah apotek di Indonesia, dengan lonjakan tertinggi mencapai 19,81% pada tahun 2013 dari 17.613 unit menjadi 21.103 unit. Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah apotek terbanyak, mencapai 4.874 unit pada tahun 2021, diikuti oleh Jawa Timur dengan 4.250 apotek. Jumlah apotek di Jawa Tengah mencapai 3.768 unit. DKI Jakarta dan Banten memiliki masing-masing 2.055 dan 1.632 unit apotek.²⁰ Sedangkan, di wilayah Kabupaten Kudus terdapat 115 apotek yang tersebar di berbagai wilayah.²¹

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) industri kimia, farmasi, dan obat tradisional mencapai Rp 235,48 triliun pada tahun 2022, naik 0,69% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp 233,87 triliun. Meskipun industri farmasi tetap mengalami pertumbuhan pada tahun 2022, pertumbuhannya lebih lambat dibandingkan dengan tahun 2020 dan 2021 yang masing-masing mencapai 8,48% dan 9,61%. Faktor utama lambatnya pertumbuhan adalah dampak pandemi Covid-19 di dalam negeri, yang menurunkan permintaan masyarakat terhadap produk dari industri farmasi.²²

Pada kuartal pertama tahun 2023, BPS mencatat PDB industri tersebut sebesar Rp 57,78 triliun, mengalami

¹⁹ Rama Joko Darmawan Dan Budi Satrio, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Takavi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, No. 8 (2017), 4.

²⁰ <https://DataIndonesia.Id/Kesehatan/Detail/Berapa-Jumlah-Apotek-Di-Indonesia> Diakses Pada Tanggal 17 Agustus 2023.

²¹ <https://Isknews.Com/Ketua-Iai-Kudus-Junjung-Tinggi-Profesionalisme-Apoteker-Dan-Taati-Regulasi-Pendirian-Apotik/> Diakses Pada 14 April 2024.

²² <https://DataIndonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Kinerja-Industri-Farmasi-Tumbuh-Tipis-069-Pada-2022> Diakses Pada Tanggal 11 September 2023.

penurunan 3,52% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai Rp 59,88 triliun.²³

Tabel 1.1

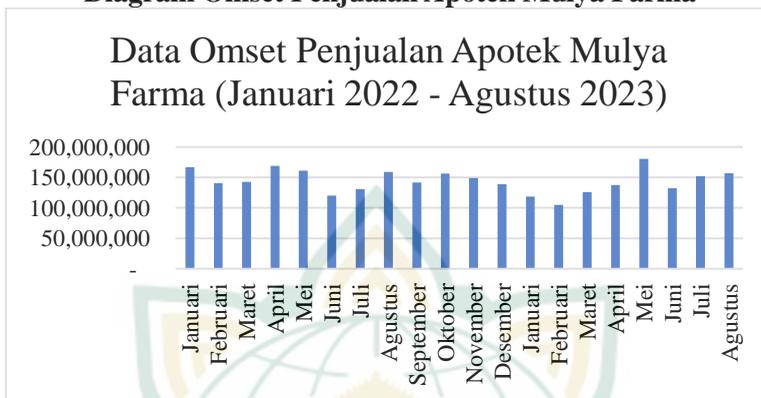
Tabel Omset Penjualan Apotek Mulya Farma

Data Omset Penjualan Apotek Mulya Farma (2022 - 2023)	
Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 167.139.000
Februari	Rp 140.578.500
Maret	Rp 142.969.500
April	Rp 169.011.000
Mei	Rp 161.107.500
Juni	Rp 120.300.000
Juli	Rp 130.723.500
Agustus	Rp 159.178.500
September	Rp 141.672.000
Oktober	Rp 156.612.000
November	Rp 149.067.000
Desember	Rp 138.898.500
Januari	Rp 118.513.500
Februari	Rp 105.132.000
Maret	Rp 125.785.500
April	Rp 137.622.000
Mei	Rp 180.510.000
Juni	Rp 132.514.500
Juli	Rp 152.448.000
Agustus	Rp 156.880.500

Sumber : Data Keuangan Apotek Mulya Farma Kudus

²³ <https://DataIndonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Kinerja-Industri-Farmasi-Terkoreksi-352-Pada-Kuartal-I2023> Diakses Pada Tanggal 17 Agustus 2023.

Gambar 1.1
Diagram Omset Penjualan Apotek Mulya Farma



Sumber : Data Keuangan Apotek Mulya Farma Kudus

Tabel 1.2
Tabel Omset Penjualan per Semester Apotek Mulya Farma
Data Omset Penjualan Apotek Mulya Farma per Semester (2022 - 2023)

Semester	Omset	Keterangan
I – 2022	Rp 901.105.500	
II – 2022	Rp 876.151.500	
I – 2023	Rp 800.077.500	
II – 2023	Rp 309.328.500	Omset penjualan bulan Juli dan Agustus

Sumber : Data Keuangan Apotek Mulya Farma Kudus

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan Apotek Mulya Farma mengalami fluktuasi setiap bulan. Namun, jika melihat omset penjualan per semester, terjadi penurunan signifikan yang sejalan dengan penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) industri kimia, farmasi, dan obat tradisional dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.3
Hasil Wawancara Awal

Hasil Wawancara Awal		
No.	Pertanyaan	Hasil Jawaban
1	Siapakah nama pemilik apotek mulya farma?	Sri Mulyani.
2	Sejak kapan apotek mulya farma berdiri?	Sebelum menjadi Apotek Mulya Farma pada tahun 2000 awalnya beroperasi sebagai toko obat dengan nama Prima Farma. Kemudian, pada tahun 2007, kami berani untuk mendirikan apotek dengan nama Mulya Farma. Apotek Mulya Farma adalah apotek pertama yang berdiri di kecamatan Gebog.
3	Apakah apotek mulya farma memiliki cabang? Dimana saja?	Kami memiliki satu cabang, yaitu Apotek Mulya Kharis, yang terletak di Dawe, tepatnya desa Lawu.
4	Menurut ibu, bagaimana penjualan di apotek mulya farma?	Sebelum pandemi Covid, penjualan kami mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, saat pandemi Covid pertama kali muncul, kami mengalami penurunan omset yang signifikan karena masalah ekonomi yang melanda masyarakat, termasuk pandemi, PHK dan faktor-faktor lainnya. Namun, setelah pandemi berlangsung selama setahun, penjualan kami bahkan meningkat secara signifikan, bahkan dua kali lipat, seiring dengan tingginya permintaan obat-obatan tertentu yang langka pada saat itu. Setelah pandemi berakhir, penjualan sedikit menurun, tetapi tidak seburuk sebelum pandemi.

5	Darimana saja pelanggan apotek mulya farm? dari mulya	Pelanggan kami berasal dari berbagai tempat. Ketika Apotek Mulya Farma pertama kali didirikan pada tahun 2007, di Kecamatan Gebog, belum ada apotek lain di sekitarnya. Oleh karena itu, banyak pelanggan yang setia dari dulu sampai sekarang, bahkan hingga ke generasi berikutnya.
6	Menurut ibu, seberapa penting lokasi pelanggan? untuk	Penting sekali, karena lokasi strategis di pinggir jalan raya yang besar dan ramai membuat kami mudah diakses oleh pelanggan dan menurut saya lokasi di pelosok desa lebih baik karena dekat dengan pelanggan dan tidak banyak kompetitor.
7	Berapa jumlah tenaga kerja apotek mulya farm? mulya	10 orang tenaga kerja dibagi menjadi 2 shift yaitu pagi dan malam.
8	Menurut ibu, seberapa penting pelayanan bagi apotek mulya farm? mulya	Sangat penting sekali, karena mereka datang membutuhkan pertolongan pertama untuk penyakit-penyakit yang ringan. Tim kami juga selalu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tepat kepada pelanggan, sehingga mereka merasa nyaman berbelanja di sini. Kami memiliki fasilitas yang mendukung, seperti aksesibilitas bagi orang difabel, ruang tunggu yang nyaman, air minum, dan ruangan khusus untuk konsultasi obat dengan tenaga ahli farmasi kami. Kami juga memiliki dua apoteker yang bertugas pagi dan sore untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.
9	Bagaimana ibu melihat kepuasan pelanggan apotek mulya farm? mulya	Rata-rata mereka puas karena kami melayani dengan sebaik mungkin dan menurut saya kepuasan pelanggan adalah motivasi bagi kami karena tanpa mereka apotek kami bukan apa-apa.

10	Menurut ibu, dari segi apa yang membuat pelanggan puas berbelanja di apotek Mulya Farma?	Dari segi lokasi yang bagus, pelayanan yang tepat, cepat dan ramah, tempat yang nyaman, ada ruang tunggu, tempat parkir dan penjaga parkir, tempat konsultasi obat, Selain itu, kami juga menyediakan obat-obatan yang terjangkau harganya dan dapat bersaing dengan yang lain. Jika kami tidak memiliki obat yang dibutuhkan oleh pelanggan, kami akan dengan senang hati memberikan rekomendasi untuk mencarinya di apotek lain yang lebih lengkap, terutama di daerah Kota. Kami selalu berusaha membantu pelanggan menemukan solusi terbaik untuk kebutuhan kesehatan mereka. ²⁴
----	--	---

Sumber : Hasil Wawancara Penulis dengan Pemilik Mulya Farma Kudus

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa pemilik Apotek Mulya Farma memiliki kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan. Pemahaman yang baik terhadap faktor seperti lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan juga dijelaskan dengan baik, menunjukkan kesadaran dan pemahaman pemilik Apotek Mulya Farma terhadap dampak faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagai sebuah perbandingan Apotek Mulya Farma dengan apotek yang lain, salah satunya adalah Apotek Kimia Farma. Apotek Kimia Farma adalah salah satu jaringan apotek terbesar di Indonesia, dengan banyak cabang yang tersebar di seluruh nusantara. Apotek ini memiliki beberapa keunggulan utama yang membuatnya menjadi pilihan bagi banyak konsumen.²⁵

Kimia Farma umumnya berada di lokasi yang strategis dan mudah diakses, seperti pusat kota, dekat rumah sakit, dan pusat perbelanjaan. Lokasi ini memudahkan konsumen untuk mengakses layanan kesehatan yang mereka butuhkan.

²⁴ Sri Mulyani, Wawancara Oleh Penulis, 31 Agustus 2023, Wawancara 1, Transkrip.

²⁵ <https://Kimiafarmaapotek.Co.Id/Grand-Opening-Outlet-Baru-Kimia-Farma-Apotek/> Diakses Pada Tanggal 20 Juni 2024.

Menawarkan berbagai jenis produk kesehatan mulai dari obat resep, obat bebas, suplemen, produk kecantikan, hingga alat kesehatan. Keragaman produk ini memungkinkan konsumen menemukan semua kebutuhan kesehatan mereka di satu tempat.

Kimia Farma dikenal dengan pelayanan profesional. Apotek ini memiliki tenaga apoteker yang terlatih dan berpengalaman yang siap memberikan konsultasi dan informasi obat kepada pelanggan.²⁶

Selain itu, Kimia Farma juga menyediakan layanan tambahan seperti layanan pengiriman obat, layanan konsultasi kesehatan, dan layanan pemeriksaan kesehatan dasar (seperti cek tekanan darah, kadar gula, dll).

Apotek-apotek Kimia Farma dilengkapi dengan fasilitas modern yang mendukung kenyamanan dan efisiensi pelayanan. Fasilitas ini mencakup sistem pengelolaan obat yang canggih, ruang tunggu yang nyaman, dan area pelayanan yang bersih dan teratur.

Sebagai bagian dari jaringan besar, Kimia Farma memiliki standar operasional yang konsisten di semua cabangnya. Hal ini memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pengalaman yang serupa dan berkualitas di mana pun mereka berbelanja di apotek Kimia Farma.

Secara keseluruhan, Apotek Kimia Farma menawarkan kombinasi yang kuat antara lokasi strategis, keragaman produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas modern, yang semuanya berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.²⁷

Apotek Kimia Farma dan Apotek Mulya Farma memiliki perbedaan signifikan dalam hal lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari segi Lokasi Apotek Kimia Farma Terletak di lokasi strategis dengan aksesibilitas tinggi, menargetkan pasar yang

²⁶ <https://Kimiafarmaapotek.Co.Id/Id/Kimia-Farma-Kalbe-Farma-Berkolaborasi-Tingkatkan-Layanan-Kesehatan-Bagi-Masyarakat/> Diakses Pada Tanggal 20 Juni 2024.

²⁷ <https://Kimiafarmaapotek.Co.Id/Grand-Opening-Outlet-Baru-Kimia-Farma-Apotek/> Diakses Pada Tanggal 20 Juni 2024.

luas. Sedangkan Apotek Mulya Farma Berlokasi di area spesifik, melayani komunitas setempat dengan lebih personal. Dari segi Keragaman Produk Apotek Kimia Farma Menawarkan berbagai produk, dari obat resep hingga produk kecantikan dan alat kesehatan, dengan banyak pilihan merek. Sedangkan Apotek Mulya Farma Produk lebih terbatas dan fokus pada kebutuhan lokal. Dari segi Kualitas Pelayanan Apotek Kimia Farma Menyediakan pelayanan profesional, layanan tambahan, efisiensi tinggi, dan fasilitas modern. Sedangkan Apotek Mulya Farma Menyediakan pelayanan yang lebih personal dan dekat dengan komunitas setempat.

Secara keseluruhan, Apotek Kimia Farma unggul dalam hal keragaman produk, efisiensi, dan fasilitas modern, sementara Apotek Mulya Farma lebih menonjol dalam pelayanan personal dan keterikatan dengan komunitas setempat. Kedua apotek ini menawarkan kelebihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Apotek Mulya Farma telah menerapkan faktor-faktor seperti lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Namun, hasil yang belum optimal terlihat dari fluktuasi omset penjualan setiap bulan. Penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengeksplorasi sejauh mana faktor-faktor seperti lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan judul **“PENGARUH LOKASI, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI APOTEK MULYA FARMA GRIBIG, GEBOG, KUDUS”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma?
2. Adakah Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma?
3. Adakah Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma?

4. Adakah Pengaruh lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Mulya Farma.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam beberapa aspek, yaitu:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah serta dapat menjadi referensi ilmiah terkait dengan hubungan lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan dalam menarik kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan baik pada praktisi maupun pemilik usaha apotek dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Proposal penelitian disusun secara sistematis yang terdiri dari tiga bab yang dibagi menjadi beberapa sub-bab. Berikut adalah sistematika proposal skripsi ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan pengantar penelitian, fenomena yang terjadi di lapangan, serta perbedaan antara fenomena

dengan teori dan penelitian terdahulu. Pada bagian ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori merupakan bagian yang menjelaskan dasar-dasar teoritis dalam membangun dan merumuskan hipotesis penelitian. Pada bagian ini meliputi deskripsi teori, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian menjelaskan uraian tentang langkah-langkah operasional pelaksanaan penelitian yang bersifat teknis dan aplikatif. Pada bagian ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan uraian tentang data penelitian, hasil analisis statistik dan pembahasan. Pada bagian ini data akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, serta diinterpretasikan secara naratif. Selanjutnya hasil analisis akan dibahas berdasarkan teori, hipotesis dan penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian.