

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan ilmu dan teknologi mendorong masyarakat untuk memperhatikan derajat kesehatan demi menaikkan kualitas hidup. Dalam upaya meningkatkan derajat kesehatannya, masyarakat mempunyai banyak pilihan untuk mengakses sarana kesehatan baik milik pemerintah maupun swasta. Salah satu sarana penunjang kesehatan yang bebas dipilih masyarakat selain klinik kesehatan adalah Apotek. Apotek sarana penyedia layanan kesehatan bidang farmasi secara khusus harus memenuhi syarat dan ketentuan di bawah izin dinas kesehatan, akan tetapi secara umum apotek seperti halnya perdagangan lain harus mampu bersaing dengan usaha sejenis di lingkungannya. Apotek sebagai tempat dilaksanakannya pekerjaan kefarmasian mempunyai peran penting sebagai tempat untuk memperoleh informasi tentang obat. Pelayanan kefarmasian semakin berkembang, tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada konsumen, tetapi perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan konsumen, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi. Sering sekali ditemukan keluhan konsumen di apotek mulai dari lambannya pelayanan yang diterima konsumen serta fasilitas apotek yang kurang memadai, mulai dari kursi menunggu konsumen yang tidak ada dan kebersihan apotek.

Ada tiga kunci memberikan layanan konsumen yang unggul, pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Kedua, pengembangan data yang akurat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen konsumen dan perubahan kondisi pesaing). Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang di peroleh dari riset pasar dalam pengembangan *relationship*. Dalam pelaksanaan kefarmasian harus diketahui bagaimana caranya agar aktifitas kefarmasian tersebut memberi kepuasan dan manfaat bagi pasien atau konsumen, dalam memberikan atau menyampaikan informasi obat secara menyeluruh seperti *understanding* paham atau tidak apa yang telah disampaikan, *tangible* fasilitas atau kenyamanan, berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti. Serta memahami kebutuhan, tata krama bersikap sopan santun ramah dalam menyampaikan informasi, kehandalan dalam memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan kepada pasien atau konsumen, keresponsifan membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pasien atau konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Di era globalisasi seperti ini banyak para produsen berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas usahanya agar dapat bersaing dengan para competitor. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat pada bidang kefarmasian apotek perlu memiliki strategi bersaing yang efektif. Strategi bersaing bertujuan untuk membina posisi yang menguntungkan dan stabil dalam melawan kekuatan lawan, atau dengan kata lain strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam industry dimana persaingan berlangsung. (Budhi Satrio

2017:12). Ada banyak strategi yang dilakukan apotek agar konsumen melakukan keputusan pembelian salah satunya yaitu, memiliki kualitas pelayanan yang baik, memiliki tempat duduk dan ruang tunggu yang nyaman, serta halaman parkir yang luas.

Semakin besarnya kegiatan bisnis di bidang apotek seperti halnya yang terjadi di Kabupaten Purwakarta membuat tingkat kompetisi memiliki daya saing yang tinggi. Persaingan yang ketat ini membuat perusahaan memikirkan strategi yang tepat dalam berkompetensi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bervariasi. Perusahaan harus berusaha mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian ketatnya persaingan, setiap bisnis apotek perlu memaksimalkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang prima agar keputusan pembelian konsumen selalu terjaga dan terus meningkat.

Keputusan Pembelian Menurut (Alma, 2018 :96) merupakan “suatu keputusan konsumen yang dapat dipengaruhi oleh produk, budaya, harga, ekonomi keuangan, politik, teknologi, promosi, lokasi, people dan proses sehingga dapat membentuk suatu sikap konsumen untuk menerima segala informasi yang didapat serta mengambil kesimpulan berupa respon pada produk yang akan dibeli”.

Keputusan pembelian merupakan proses penting untuk mempengaruhi pemasar melalui strategi pemasaran. Perusahaan yang berpusat pada konsumen harus mempertimbangkan apa yang dibutuhkan, diinginkan dan disukai konsumen dalam hal pelayanan. Untuk membuat keputusan pembelian, strategi pemasaran yang sukses

memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen, karena tindakan konsumen berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan yang menjadi lembaga untuk berupaya memenuhi keperluan atau keinginan konsumen.

Masyarakat yang terkena penyakit akan membutuhkan obat agar dapat sembuh kembali, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan obat-obatan, maka kesempatan peluang bisnis apotek semakin besar sehingga persaingan apotek semakin ketat. Tingkat persaingan yang ketat akan membuat apotek sebagai penyedia jasa obat-obatan akan berlomba-lomba menarik konsumen dan mempertahankan agar konsumen memutuskan untuk tidak berpindah ke perusahaan jasa apotek lain.

Kualitas pelayanan merupakan factor lain yang dapat memberi pengaruh pada keputusan pembelian. Kualitas pelayanan (SERVQUAL) adalah sejauh mana kemampuan (ability) perusahaan untuk menyediakan segala sesuatu yang diharapkan pembeli untuk memenuhi kebutuhannya. Layanan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembelian barang oleh pembeli toko. Variable ini penting pada proses keputusan pembelian sebab kualitas pelayanan mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian sehingga penjualan meningkat.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) dalam (Caniago & Rustanto, 2022) definisi “Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya”.

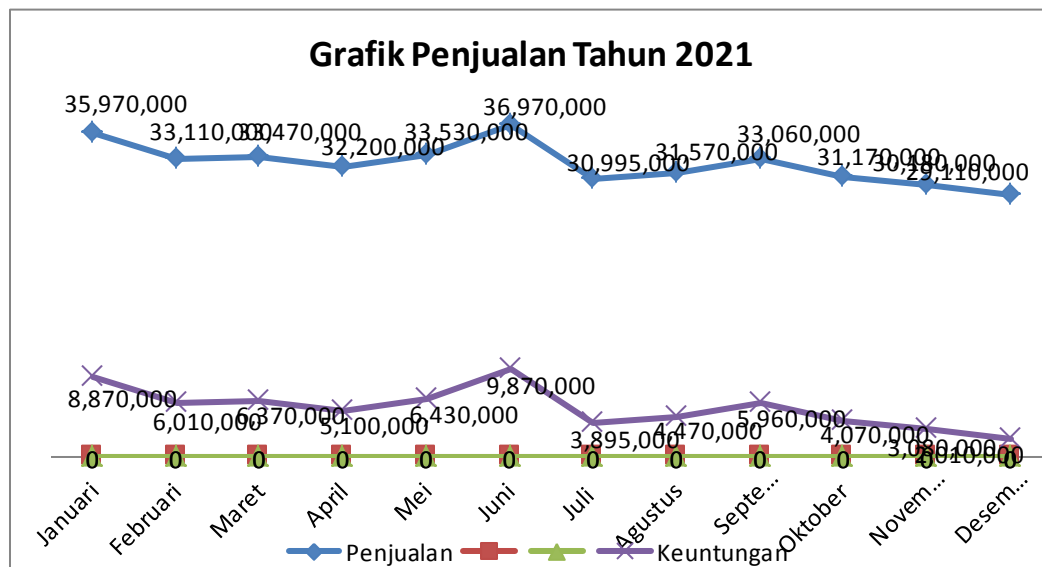
Kualitas pelayanan mejadi perhatian utama konsumen ketika membuat keputusan. Layanan yang berkualitas dapat mendorong konsumen agar menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan bisa ditentukan melalui perbandingan persepsi para konsumen pada pelayanan yang sebenarnya ia terima dengan pelayanan yang sebenarnya ia harapkan dengan memperhatikan atribut pelayanan perusahaan. Jika pelayanan yang mereka terima sesuai berdasarkan harapan, maka kualitas pelayanan dinilai memuaskan dan baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan mereka, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) dalam (Caniago & Rustanto, 2022) definisi “Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumen nya”.

Sebelumnya peneliti telah melakukan survey ke Apotek Qiana Farma Purwakarta, dimana hasil survey awal yang di peroleh peneliti adalah Apotek ini mengalami kurang nya pembelian. Fenomena yang terjadi di Apotek Qiana Farma Purwakarta dimana kualitas pelayanan nya saat ini masih kurang, seperti dari segi tangible (bukti fisik) yaitu tidak ada nya tempat duduk atau ruang tunggu yang memadai, pegawai apotek yang tidak memakai seragam,tempat parkir yang kurang luas. Reliability kurangnya ketepatan pegawai dalam melayani konsumen. Responsivness (daya tanggap) kurang nya kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam

melayani konsumen. Assurance (jaminan) pengetahuan pegawai yang masih kurang terhadap produk/obat. Empathy (empati) pegawai masih kurang handal dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Sehingga hal itu yang menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian terhadap Apotek tersebut. Berikut grafik penjualan tahun 2021 :

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Tahun 2021



Berdasarkan grafik penjualan mulai Januari 2021, terlihat bahwa baik penjualan maupun keuntungan bersih mengalami fluktuasi (naik turun). Namun demikian memasuki bulan Oktober, November dan Desember mengalami penurunan yang cukup besar. Hal ini diduga karena faktor pelayanan. Konsumen obat atau konsumen sangat sensitive terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud dapat berupa ruang tunggu, tempat parkir, empati pegawai, letak toko, jaminan mutu obat, dan lain-lain. Jika hal tersebut mutunya kurang baik, pembeli akan beralih kepada supplier lain.

Faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Dimana jika kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan dengan secara langsung atau tidak langsung terhadap konsumen, hal itu dapat menghasilkan citra yang bagus terhadap perusahaan tersebut sehingga dapat tersebar luas yang dikarenakan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat disampaikan kepada calon konsumen lain sehingga dapat menarik konsumen yang lebih banyak. Berdasarkan hasil data penjualan di Apotek Qiana Farma Purwakarta peneliti mencoba melakukan pra survey kualitas pelayanan sensitive atau tidak terhadap keputusan pembelian. Hasilnya seperti di bawah ini :

Tabel 1.1 Pra Survey Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Kerapihan karyawan Apotek Qiana Farma sesuai dengan etika saat bekerja	14	16
2	Ketepatan karyawan Apotek Qiana Farma dalam melayani konsumen sangat baik	14	16
3	Kesiapan karyawan Apotek Qiana Farma dalam melayani konsumen sangat tanggap	14	16
4	Pengetahuan karyawan Apotek Qiana Farma terhadap ketersediaan produk/obat sangat baik dan tanggap	11	19
5	Karyawan Apotek Qiana Farma selalu membina hubungan baik dengan konsumen	11	19
Jumlah Responden = 30		64	86

Sumber : Data Primer 2022

Tabel 1.2 Pra Survey Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Saya akan membeli produk pada Apotek Qiana Farma karena apotek tersebut memiliki banyak pilihan produk	11	19
2	Produk obat yang ada di Apotek Qiana Farma memiliki merek yang sesuai dengan kebutuhan saya	11	19
3	Saya akan membeli obat pada Apotek Qiana Farma setiap saya membutuhkan obat tersebut	10	20
4	Saya akan membeli kebutuhan obat sesuai dengan kesediaan yang ada pada Apotek Qiana Farma	11	19
	Jumlah Responden = 30	43	77

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan pra survey di atas yang telah dilakukan terhadap 30 responden. Bahwa kesiapan pegawai dalam melayani konsumen masih kurang seperti kurangnya membina hubungan baik dengan konsumen seperti kurang ramah dalam melayani, kurangnya pengetahuan pegawai terhadap produk/obat sehingga menimbulkan kurangnya memberikan informasi mengenai produk/obat tersebut kepada konsumen. Apotek Qiana Farma dalam menghadapi permasalahan yang ada telah melakukan beberapa upaya dari segi tangible seperti penyimpanan produk di tata dengan rapi dan menarik, kebersihan selalu terjaga serta menambah tempat duduk untuk konsumen. Akan tetapi pada akhirnya upaya-upaya tersebut tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka muncul ketertarikan dan keinginan penulis untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Qiana Farma Purwakarta”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti mengidentifikasi permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Produk yang tersedia di apotek kurang bervariasi
2. Pegawai apotek yang dinilai tidak ramah kepada konsumen
3. Tempat dan fasilitas apotek yang terbatas
4. Konsumen yang kurang puas akan memberikan ulasan negative sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Tujuan dari pembatasan masalah ini adalah agar ruang lingkup penelitian tidak luas untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan sehingga hasil dalam penelitian ini lebih focus dan hasilnya lebih baik. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi pengkajian masalah yaitu :

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang kualitas pelayanan sebagai variable bebas dan keputusan pembelian sebagai variable terikat.
2. Subjek penelitian yaitu Qiana Farma.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Apotek Qiana Farma Purwakarta?

2. Bagaimana keputusan pembelian di Apotek Qiana Farma Purwakarta?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Apotek Qiana Farma Purwakarta?

1.5 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh data serta mengkaji bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Qiana Farma Purwakarta dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Kemudian tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan pada Apotek Qiana Farma
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis keputusan pembelian pada Apotek Qiana Farma
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Qiana Farma

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk berbagai pihak, baik sebagai kegunaan praktis dan teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1.6.1 Kegunaan Teoritis

a. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan tahapannya terhadap keputusan pembelian produk pada fasilitas kesehatan atau apotek.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dibidang pemasaran. Serta mampu membandingkan antara ilmu pengetahuan dengan realisasinya.

1.6.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi perusahaan yang diteliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait kualitas pelayanan yang perlu ditetapkan oleh perusahaan untuk mendorong keputusan pembelian pada konsumen.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan acuan bagi pihak lain yang memerlukan acuan penelitian serupa.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen fasilitas kesehatan atau apotek yaitu Apotek Qiana Farma bertempat di Kp. Ciparung Mulya Rt 008 Rw 003, Desa Cipinang ,Kecamatan Cibatu, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. Sedangkan waktu

yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dari bulan September hingga Februari 2023.

Tabel 1.3 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan BAB I						
3	Penyusunan BAB II						
4	Penyusunan BAB III						
5	Sidang UP						
6	Pengolahan Data						
7	Penyusunan BAB IV, BAB V, Lampiran, Abstrak						
8	Sidang Akhir						