

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA ATMO PALEMBANG**

SKRIPSI



NAMA : IMEY PUTRI JAYANTI

NIM : 21 2011 228 M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2015

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA ATMO PALEMBANG**

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



NAMA : IMEY PUTRI JAYANTI

NIM : 21 2011 228 M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2015

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

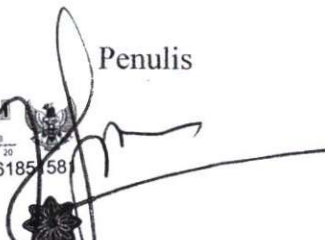
Nama : Imey Putri Jayanti

NIM : 21. 2011. 228.M

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh- sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dan segala konsekuensinya.

Palembang, 28, juli 2015

Penulis



Imey Putri Jayanti

The stamp is a rectangular official seal. It contains the text 'PETERAN TEMPEL' at the top, followed by 'TGL 20' and 'EDFADF36185158'. At the bottom, it says '0000' and 'RIBU RUPIAH'. There is a small circular emblem on the right side of the stamp.

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Nama : Imey Putri Jayanti

NIM : 21 2011 228 M

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

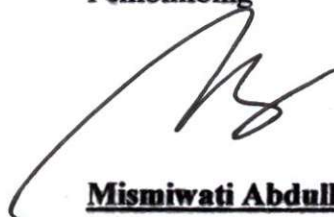
Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal 3 September 2015

Pembimbing



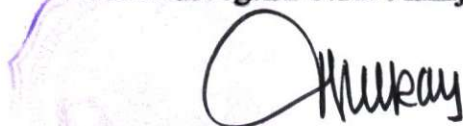
Mismiwati Abdullah, S.E.M.P

NIDN: 0227106802

Mengetahui,

Dekan

U.b.Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.

NIDN : 0216057001

Motto Dan Persembahan

Motto

Ubahlah pikiran anda dan anda akan mengubah dunia anda ,

Karya kecil ini ku persembahkan :

- *Allah SWT atas ridho-nya*
- *Kedua orang tua ku- Tombri dan Jumiaty , yang
sangat aku cintai dan telah membesarkan,
mendoakan, dan memberikan dukungan yang luar
biasa kepada ku*
- *Pembimbing skripsi (Mismiwati Abdullah S-E,M-P)*
- *Kepada saudara-saudaraku tersayang
(Dian,Sri,Indah,Ayu,Lili,dan Putra)*
- *Sahabat - sahabat dan seluruh teman-temanku
terkasih*
- *Almamaterku*

PRAKATA

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya jualah penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabat hingga kepada umatnya sampir akhir zaman,amin

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada orang tuaku Tomri dan Jumiati yang telah mendidik,dan membiayai, mendoakan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada ibu Mismiwati Abdullah, S.E,.M.P yang telah membimbing, memberikan arahan dan saran dengan tulus dan ikhlas memberikan bimbingan, motivasi dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu disampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi ini, dan tak lupa juga penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Idris, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs Ahmad Fauzi, S.E., M.M, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Saudara-saudaraku Dian Fransiska, Sri Madona, Indah Permata Sari, Ayu Okta Rina, Lili Kartika Sari, M Putra Rhamadan yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk pembuatan skripsi ini sampai selesai
5. Seluruh teman-teman seperjuangan (5Cm)Meita, Adit, Septi, Rendra, Fika, Shony, bambang, Hadi, Imat , Abu ,danu.(kepompong) Dody wakwaw, Dzami midun , Bakti bebek dan teman-teman satu angkatan manajemen 2011 yang tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan hasil akhir ini.
6. Teman – teman seperjuangan KKN Tematik Posdaya Posko 337 Cinta Raja ,Kayuagung (Big Family King Love)
7. Rekan-rekan kerja PT.Kalbe Farma Palembang, kak dwi,kak purna,mamas herry,mbak beki,mbk mell,abang nuel,ko simon, kak yohanes,mas eka,kak muslih burn dan pak zamroni terimakasih atas dukungan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan hasil akhir ini.
8. Seseorang yang telah memberiku semangat dikala jenuh,yang telah memotivasi dan member dukungan moril, materil maupun spiritual demi kelancaran penyusunan skripsi ini

9. Mohon maaf, kepada Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Amin
Ya Rabbal Allamin.

Semoga allah memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-nya, amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Palembang , Juli 2015

Penulis,

(Imey Putri Jayanti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Sebelumnya	5
B. Landasan Teori	7
1. Kualitas Pelayanan	7
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
b. Dimensi dan Indikator	11

c. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan	13
2. Kepuasan Pelanggan	13
a. Pengertian pelanggan.....	13
b. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan ...	14
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	15
d. Strategi memuaskan Konsumen.....	17
3. Jasa.....	18
a. Pengertian Jasa.....	18
b. Sifat dan Karakteristik Jasa.....	20
c. Pemasaran Jasa.....	22
C. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat Penelitian	29
C. Operasional Variabel	30
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Data yang Diperlukan	31
F. Metode Pengumpulan Data.....	32
G. Analisis Data dan Tehnik Analisis	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	39
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
2. Kelebihan dan Keunggulan Apotek.....	29
3. Gamabran Indikator.....	41
4. Gambaran Responden	43
B. Pembahasan	36
1. Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan..	47
2. Distribusi Jawaban Reponden Kepuasan Pelanggan	52
a. Analisis Linier Berganda.....	53
b. Uji F	56
c. Uji t.....	58
d. Koefisien Determinasi.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1	Operasionalisasi Variabel	30
TABEL 2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
TABEL 3	Responden Berdasarkan Usia	33
TABEL 4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
TABEL 5	Responden Berdasarkan Pendidikan	35
TABEL 6	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	36
TABEL 7	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	41
TABEL 8	Hasil Simultan (Uji F)	46
TABEL 9	Hasil Analisis Uji t	48
TABEL 10	Koefisien Determinasi	50

ABSTRAK

Imey putri jayanti/212011228/2015 **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang? Tujuannya untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang diambil sejumlah 100 sampel dengan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data berupa kusioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan alat regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada variabel Reabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), Bukti Fisik (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat digambarkan dengan persamaan $Y = -0,164 + 0,344X_1 + 0,192X_2 + 0,149X_3 + 0,188X_4 + 0,165X_5$. Hasil hipotesis menunjukkan $F_{hitung} (18,772) > F_{tabel} (3,093)$ berarti H_0 ditolak dan hasil H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek (Y)

Kata kunci : Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek

ABSTRACT

Imey Putri Jayanti / 212011228/2015 *The Influence of Service Quality Customer Satisfaction Kimia Farma Atmo Palembang*

Formulation of the problem in this research is the Influence of Service Quality Customer Satisfaction at Kimia Farma Atmo Palembang. The goal is to determine the effect of Quality of Service Customer Satisfaction Kimia Farma Atmo Palembang.

This research includes associative research. The customers Kimia Farma Atmo Palembang consist of 100 number of the sample where the sample used is premises accidental sampling technique. The data used is primary data. Technique in collecting the data by using questionnaire form. The analytical methods used are qualitative and quantitative methods by means multiple linear regression.

Based on the results of multiple linear regression analysis on the variables, the reliability (X1), responsiveness (X2), Security (X3), Empathy (X4), Physical Evidence (X5) on the Customer Satisfaction (Y) can be described with less equation $Y = -0.164 + 0.344 X1 + 0.192X2 + 0.149X3 + 0.188X4 + 0.165X5$. Results showed that F count hypothesis (18.772) > F table (3.093) means H_0 is rejected and H_a result is accepted which means there is significant influence between the Quality of Service (X) of the Pharmacy Customer Satisfaction (Y)

Keywords: Quality of Service to the customer satisfaction Pharmacy

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 pelanggan, tetapi perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi. Sering sekali ditemu kan keluhan pelanggan di apotik mulai dari lamban nya pelayanan yang diterima pelanggan, kurang nya ketepatan dan keamanan dari obat yang diberikan kepada pelanggan, serta fasilitas apotek yang kurang memadai mulai dari kursi menunggu pelanggan yang kurang banyak, kebersihan apotek, tempat parkir yang kurang menjamin kendaraan pelanggan.

Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek ada dikelompok pengelolaan Sumber daya mencakup, pengelolaan sumber daya manusia, Sarana Prasarana, sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lain dan administrasi. Pelayanan mencakup pelayanan resep, edukasi dan promosi, serta Pelayanan Residensial (*Home Care*).

Ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul, pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua pengembangan data yang akurat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan 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 maanfaat bagi pasien atau pelanggan, dalam memberikan atau menyampaikan informasi obat secara menyeluruh seperti *understanding* paham atau tidak apa yang telah disampaikan, *tangibel* 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 dijanjikan kepada pasien atau pelanggan, koresponsifan membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pasien atau pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Jumlah apotek di wilayah Palembang tergolong banyak, namun hal itu tidak membuat masyarakat memilih untuk menggunakan jasa mereka, bahkan tidak sedikit masyarakat Palembang yang memilih menggunakan dan membeli di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang diluar wilayah Palembang. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang merupakan salah satu cabang dari Kimia Farma Group yaitu satu satunya badan usaha milik negara dibidang kefarmasian.

Sebagai salah satu cabang apotek Kimia Farma terbesar di Palembang berlokasi di jalan Kolonel Atmo no 1250 Palembang. Apotek Kimia Farma Atmo ingin memberikan pelayan yang maksimal kepada pasien sehingga

membuat rasa aman atas obat yang diberikan serta nyama atas pelayanan yang diterima. Kimia Farma Atmo sudah diberikan kepercayaan oleh pelanggan hal ini dibuktikan oleh naiknya pendapatan. Pelayanan yang diberikan oleh apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberikan dampak positif bagi pasien.

Kualitas pelayanan apotek Kimia Farma mempunyai kehandalan, memberikan layanan dengan segera dan cekatan, ketepatan layanan atau menyampaika jasanya sesuai dengan waktunya, karyawan sangat berpengalaman ini terlihat dari caranya melayani pasien atau konsumen dalam penanganan keluhan dan menangani kebutuhan pasien atau kosumen dengan ramah dan baik.

Jumlah pelanggan meningkat ini berefek pada penjualan meningkat setiap tahunnya menandakan banyak pelanggan yang menebus resep maupun yang berbelanja apotek Kimia Farma Atmo Palembang, peningkatan ini semua merupakan imbalan dari profesionalisme dan kesabaran dalam melayani pasien dan masyarakat sehingga dengan sendirinya service yang memuaskan itu disampaikan kepada orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji dengan judul pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek Kimia Farma Atmo Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas ,maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil dari laporan penelitian ini akan memberikan suatu tambahan informasi,sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan tentang dunia bisnis farmasi dalam hal ini apotek Kimia Farma Atmo Palembang,terutama kanjian manajemen pemasaran khususnya tenta pengaruh kulaitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek Kimia Farma Atmo Palembang

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari laporan penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan saran yang bermanfaat,sebagai bahan pertimbangan keputusan yang menyangkut pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada apotek kimia farma atmo Palembang dimasa yang akan datang.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat di jadikan bahan bacaan bagi rekan-rekan sekalian dan dapat sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam kasus yang sama

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya, Sandi Eka (2008), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RSUD Mardi Waluyo Kota Blitar. Rumusan masalah adalah adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RSUD Mardi Waluyo Kota?. Variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah variabel bebas dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung (X_1) keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) serta variabel terikat yaitu kepuasan pasien (Y). Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan cara menggali informasi dari para konsumen atau pengguna jasa melalui pengisian angket atau kuesioner dan pertanyaan terbuka. Penelitian ini bersifat deskriptif korelasional. Populasi sebanyak 116 pasien yang terdiri dari ruangan anggrek terdapat 6 pasien, cempaka 24 pasien, bougenville 15 pasien, dahlia 14 pasien, melati 18 pasien, nusa indah 26 pasien, dan mawar 13 pasien. Sampel sebanyak 93 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Proportional Stratified Random Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif. Berdasarkan hubungan yang terjadi maka: (1) nilai $a_1 = 0,462$; nilai $t = 2,753$ dan nilai signifikansi $t = 0,007$ $SE = 28,8\%$ membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas X_1 (bukti langsung) terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien) signifikan atau dapat dipercaya, (2) nilai $a_2 = 0,135$; nilai $t = 2,188$

dan nilai signifikansi $t = 0,031$ $SE = 12\%$ membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas X_2 (keandalan) terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien) signifikan atau dapat dipercaya, (3) nilai $a_3 = 0,448$; nilai $t = 2,354$ dan nilai signifikansi $t = 0,021$ $SE = 37,6\%$ membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas X_3 (daya tanggap) terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien) signifikan atau dapat dipercaya, (4) nilai $a_4 = 0,666$; nilai $t = 2,162$ dan nilai signifikansi $t = 0,033$ $SE = 36,6\%$ membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas X_4 (jaminan) terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien) signifikan atau dapat dipercaya, (5) nilai $a_5 = 0,829$; nilai $t = 4,248$ dan nilai signifikansi $t = 0,000$ $SE = 46,2\%$ membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas X_5 (empati) terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien) signifikan atau dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pasien telah terbukti.

Ali Fauzie (2008) melakukan penelitian yang berjudul pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Bhakti wira Tamtama Semarang. Rumusan masalah adalah adakah pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Bhakti wira Tamtama Semarang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian eksplanasi asosiatif yang menjelaskan pengaruh antara dua variabel tersebut. Operasionalisasi variabel yang digunakan adalah variabel X yaitu kualitas pelayanan yang dimensinya terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik serta

variabel Y yaitu kepuasan konsumen yang indikator variabelnya terdiri dari kesesuaian harapan, kemudahan dalam memperoleh dan kesediaan untuk merekomendasikan. Data yang digunakan merupakan data primer yang berupa jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang telah disebarluaskan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kusioner serta populasinya adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi adalah 0.0609, hal itu berarti bahwa variasi perubahan Y dipengaruhi oleh perubahan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 sebesar 60,90%. Sedangkan secara parsial nilai koefisien korelasi parsial variabel reliabilitas (X_1) = 0,238, variabel daya tanggap (X_2) = 0,227, variabel jaminan (X_3) = 0,249, variabel empati (X_4) = 0,265 dan variabel bkti fisik (X_5) = 0,218 sehingga kofisien determinan secara parsial untuk X_1 = 5,67%, X_2 = 5,16%, X_3 = 6,20%, X_4 = 7,00 dan X_5 = 4,75% terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Rumah Sakit Bhakti Wira Tantama Semarang.

B. Landasan Teori Kualitas pelayanan

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2008:36) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan yang

berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tererat.

Sedangkan Fandy Tjiptono (2009:59) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang menggunakan serta pemberian pelayanan dengan cara yang tepat.

b. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi (2008:182), yaitu ;

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- 2) *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan , dengan penyampaian informasi yang jelas.

- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antar lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual dan pribadi yang memberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008:184), jenis kualitas pelayanan dapat dipisahkan menjadi 3, yaitu sebagai berikut :

1) Kualitas Fungsi

Yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, dan kemudahan akses, dan *service mindedness*

- 2) Kualitas Teknis *output* yang dirasakan konsumen , meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika *output* .

3) Reputasi Perusahaan

Yang di cerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2009:213), ada 6 kriteria pelayanan yang di persepsikan baik, yaitu sebagai berikut :

1) *Professionalisme and skill*

Pelanggan mendapati bahwa media jasa, karyawan system operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara professional (*outcome-related criteria*)

2) *Attitude and Behavior*

Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*costomer contact personal*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka spontan dan ramah (*processrelated criteria*).

3) *Accessibility and Flexibility*

Pelanggan merasa bahwa penyediaan jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa, sehingga pelanggan dapat mengakses jasa dengan mudah selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes (*process-related criteria*)

4) *Reliability and Trustworthiness*

Pelanggan merasa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan dengan

mementingkan kepentingan pelanggan (*process-related creteria*)

5) *Recovery*

Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat di prediksi, maka penyediaan jasa akan segera mengambil tindakan mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*pocess-related criteria*)

6) *Reputation and credibility*

Pelanggan meyakini bahwa oprasi dari penyediaan jasa dapat dipercaya dan memberi nilai tambahan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan (*image-related creteria*)

C. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelangan

Menurut Fandy Tjiptono (2009;183), apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik atau memuaskan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Menurut Kotler (2008;114), baik tidaknya kualitas pelayanan dalam memuaskan pelanggan tergantung pada kemampuan penyedia

jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Sedangkan harapan terhadap kualitas pelayanan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan atau standar dalam menilai produk tersebut.

Menurut Fandy Tjiptono (2009:201), persepsi kualitas pelayanan yang baik/positif diperoleh baik kualitas yang dialami (*experienced quality*). Yakni komunikasi pasar, komunikasi gethok tular, citra korporasi, dan kebutuhan pelanggan. Komunikasi pasar meliputi periklanan, direct mail, personal selling, public relation, interactive marketing, dan promosi penjualan, yang secara langsung berada dalam kendali perusahaan. Sementara itu faktor gethok tukar dan citra hanya dapat dikendalikan secara tidak langsung oleh perusahaan. Dampak eksternal bisa berpengaruh terhadap kedua faktor ini. Akan tetapi pada dasarnya, keduanya merupakan fungsi dari kinerja masa lalu perusahaan jasa, yang didukung oleh faktor lain seperti iklan. Selain itu, kebutuhan pelanggan juga mempengaruhi harapannya.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting didalam menentukan kepuasan konsumen. Untuk menunjang kualitas layanan yang baik harus ditunjang dengan tehnik dan prosedur yang benar, sehingga fasilitas yang terdapat pada perusahaan dapat

berfungsi dengan baik, kepuasan konsumen akan receipt dengan baik apabila terjadi interaksi yang baik diantara keduanya, dengan semakin meningkatkan tingkat hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang atau jasa semakin meningkat.

2. Kepuasan Pelanggan / Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009:52), kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja mereka gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Sedangkan Rambat Lupiyoadi (2009:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Apabila hasil yang diharapkan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas bila kinerja melebihi harapan. Pencapaian pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini akan ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya

kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain, (Rambat Lupiyoadi,2006:159).

b. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008:158), terdapat lima faktor utama yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen,yaitu sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk produk jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

c. Sikap Perusahaan

Pelanggan akan merasa bangga dapat mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karna dari kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas atas merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan berikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanhhanya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau perlu membuang waktu mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Konsep kepuasan atau ketidak puasan konsumen dapat membantu pemerintah dalam mengidentifikasi dan mengisilasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen. Bagi badan perlindungan konsumen dapat menjadi salah satu cara efektif dalam mengimplementasikan undang undang perlindungan konsumen.

Konsep kepuasan bermanfaat bagi konsumen dalam memberikan informasi tentang seberapa puas/tidak puas konsumen lain terhadap produk tertentu, sehingga mampu membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana dan mampu menghindari pengalaman buruk konsumen. Selain itu, konsumen dapat diharapkan memenuhi posisinya, terutama dalam hak hak kewajiban konsumen, serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Selain sebagai acuan dan mengevaluasi kinerja perusahaan,

pemahaman tersebut juga berguna dalam memberikan informasi tentang alternative tindakan prosedur yang bisa dilakukan bila konsumen tidak puas terhadap produk spesifik.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008:163), kepuasan konsumen sangat krusial bagi kelangsungan dan daya saing setiap organisasi (bisnis ataupun nirlaba). Hal ini dapat dilihat dari manfaat spesifikasi kepuasan konsumen bagi perusahaan, yang mencakup dampak positif pada loyalitas konsumen:

- 1) Berpotensi sebagai sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*)
- 2) Menekan biaya transaksi konsumen dimasa depan (terutama biaya biaya komunikasi, penjualan dan layanan konsumen.
- 3) Menekan volatitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
- 4) Meningkatnya toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan konsumen tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
- 5) Meningkatnya *bargaining power relative* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis saluran distribusi.
- 6) Konsumen cenderung lebih reseptif terhadap *product-life extensions*, *brand extensions* dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan.

d. Strategi Memuaskan Konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008: 167) upaya memuaskan konsumen ini merupakan strategi jangka panjang yang konsisten, terintegrasi dan berkesinambungan. Ada 8 (delapan) strategi yang bisa diterapkan :

1) Manajemen Ekspektasi Konsumen
 Ensensi strategi manajemen, ekspektasi konsumen adalah berusaha mengedukasi konsumen agar mereka bisa benar benar memahami peran, hak dan kewajibannya berkenaan dengan produk atau jasa.

2) *Relationship Marketing and Management*

Berfokus pada upaya menjadi relasi positif jangka panjang dan saling menguntungkan dengan stakeholder utama perusahaan

3) *Aften marketing*

Menekankan pentingnya orientasi pada konsumen saat ini (*current costumers*) sebagai cara lebih *cost-effective* untuk membangun bisnis yang menguntungkan.

4) *Acquainiting*

Yakin berusaha mengenal para konsumen dan perilaku pembeli serta kebutuhan mereka, termasuk mengidentifikasi *high value costumers*.

5) *Acknowledging*

Yaitu berusaha menunjukkan kepada para konsumen bahwa mereka dikenalkan secara personal, misalnya dengan respon setiap komunikasi atau korespondensi dari para konsumen secepat mungkin.

6) *Appreacianting*

Yakni mengapresiasi konsumen dan bisnisnya.

7) *Analyzing*

Yakni menganalisis informasi informasi yang disampaikan oleh kosumen atau pelanggan melalui komunikasi dan korespondensi kepada mereka.

8) *Acting*

Yaitu menindak lanjuti setiap masukan yang diharapkan dari konsumen atau pelanggan dan menunjukkan kepada mereka bahwa perusahaan siap mendengarkan dan siap mengubah prosedur operasi atau produk dalam rangka memuaskan mereka secara efektif.

3. **Jasa**

a. Pengertian Jasa

Kotler dan Keller (2009:386) mengemukakan pengertian jasa sebagai berikut, Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak

berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Menurut Stanton (2009:243) Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat tidak teras (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*). Akan tetapi, sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilikan permanen).

Menurut Hamdani (2006:6), Pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberi nilai tambah konsumen

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2005:28) Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya

b. Sifat dan Karakteristik Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2007:15), penawaran jasa dibagi menjadi lima kategori :

1) Barang berwujud murni

Tawaran hanya terdiri dari barang berwujud dan tidak ada jasa yang menyertainya. Contoh : garam, sabun, pasta gigi.

2) Barang berwujud dengan disertai pelayanan

Tawaran yang terdiri dari barang berwujud yang disertai satu atau beberapa pelayanan. Contoh : mobil, sepeda motor.

3) Campuran

Tawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang .
Contoh : rumah sakit dan restoran

4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Tawaran terdiri dari suatu jasa utama disertai jasa tambahan dan/atau barang pendukung. Contoh : para penumpang kereta api

5) Jasa murni

Tawaran hanya terdiri dari jasa. Contoh : jasa menjaga bayi, psikoterapi.

Menurut Kotler (2012: 358) jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari suatu barang, yaitu:

1) *Intangibility*

Jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Jasa bersifat *intangible* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian, seseorang tidak dapat menilai kualitas dari jasa sebelum merasakan/ mengkonsumsi sendiri.

2) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact-personnel*) merupakan unsur penting.

3) *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

4) *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul berkaitan dengan kapasitas menganggur (saat permintaan sepi) dan pelanggan tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih ke penyedia jasa lainnya (saat permintaan puncak).

c. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran jasa lebih bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. Ketiga, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk (Freddy Rangkuti, 2009:2003).

Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa salah satunya dapat dilihat dari bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place* atau *distribution* dan *promotion* sangat membantu dalam pemasaran suatu produk. Namun dalam pemasaran jasa yang sebagian besar berhubungan langsung dengan manusia sehingga membuat perbedaan atas hasil kepuasan

pelanggan. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur lainnya yaitu *people*, *physical evidence* dan *process*. Pelayanan yang baik dari penyedia jasa (*people*) akan membentuk suatu *physical evidence* pada pelanggan akibat proses pemberian jasa yang dilakukan sangat baik. Dari *physical evidence* yang telah terbentuk memungkinkan untuk peningkatan jumlah pelanggan yang ingin menggunakan jasa layanan yang sama. Terdapat suatu strategi yang dapat ditempuh dalam memenangkan persaingan, yaitu dengan cara menyampaikan layanan yang bermutu tinggi secara konsisten dibanding pesaing dan lebih tinggi daripada harapan pelanggan.

Penyampaian jasa sering terdapat perbedaan antara apa yang sudah ditetapkan dengan kenyataan di lapangan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:184-186) untuk menghindari kegagalan dalam penyampaian jasa, perlu diperhatikan kesenjangan yang mungkin terjadi, yaitu :

a. Kesenjangan persepsi manajemen.

Sebuah perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. apabila manajemen tidak merasakan atau mengetahui dengan tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggannya.

b. Kesenjangan spesifikasi kualitas.

Sebuah kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen

terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, dan tidak memadainya standarisasi tugas.

c. Kesenjangan penyampaian jasa.

Sebuah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*) kesenjangan ini terutama disebabkan oleh ambiguitas peran, konflik peran, kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai, sistem pengendalian dari atasan yaitu sistem penilaian dan sistem imbalan, *perceived control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan, atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan, *team work* yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama.

d. Kesenjangan komunikasi pemasaran.

Sebuah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini bisa terjadi apabila apa yang dikomunikasikan (dipromosikan) perusahaan kepada pihak luar berbeda dengan kondisi nyata yang dijumpai pelanggan pada perusahaan tersebut.

e. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan.

Sebuah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh konsumen. Perbedaan ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan salah dalam mempersepsikan kualitas jasa tersebut. Jika keduanya

terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dampak positif. Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan pemasar untuk menyiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa.

Pemasaran internal menyiratkan perusahaan jasa yang perlu melatih dan memotivasi para karyawan yang berhubungan dengan konsumen secara efektif serta seluruh personil pendukungnya agar bekerjasama sebagai sebuah tim guna memberikan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan pemasaran interaktif mengacu pada kualitas jasa yang diberikan yang sangat bergantung pada kualitas interaksi antara pembeli dan penjual. Dalam pemasaran barang tidak begitu dipengaruhi oleh bagaimana barang itu diserahkan. Akan tetapi dalam pemasaran jasa tidak terlepas dari pemberi jasa menyediakan jasa tersebut, dan bagaimana pemasar mempertimbangkan empat karakteristik jasa tersebut.

Sedangkan menurut Griffin dalam Rambat Lupiyoadi (2001:6) menyebutkan bahwa jasa memiliki karakteristik sebagai berikut :

a. Tidak Berwujud (*Intagibility*)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai

keyakinan kepada konsumen. Dimensi kepastian meliputi kemampuan tenaga kerja atas pengetahuan terhadap produk meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan di dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan

4) Empati (*Empathy*)

Adalah kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi kepada pengguna jasa. Pelayanan yang empati sangat memerlukan sentuhan/perasaan pribadi. Dimensi empati adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk menciptakan pelayanan yang “*surprise*” yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pengguna jasa tetapi ternyata diberikan oleh penyedia jasa dimensi empati ini merupakan penggabungan dari aspek akses, aspek komunikasi, dan aspek pemahaman pada konsumen.

5) Dimensi berwujud (*Tangible*)

Didefinisikan sebagai penampilan fasilitas peralatan dan petugas yang memberikan pelayanan jasa karena suatu *service* jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba atau didengar maka aspek berwujud menjadi sangat penting sebagai ukuran terhadap pelayanan jasa.

C. Hipotesis

Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

BAB III

MOTODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Menurut Sugiyono (2009:35) jenis penelitian menurut tingkat ekplanasi dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri baik satu atau lebih tanpa membandingkan atau hubungan dengan variabel lain.
2. Komperatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan satu variable atau lebih tetapi untuk sample yang lebih dari satu.
3. Asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian asosiatif dimana peneliti yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh/hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini yang di jadikan unit penelitian adalah apotek Kimia Farma Atmo Jl.Kolonel Atmo Palembang Sumatera Selatan.

C. Operasionalisasi Variabel

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas layanan	Keseluruhan cirri dari pelayanan apotek kimia farma atmo yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau erat.		Ordinal
	a.Reabilitas (X ₁)	Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	• kecepatan dalam pelayanan	
	b.Daya tanggap(X ₂)	Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan,dengan penyampaian informasi yang jelas.	• ketepatan dalam layanan	
	c.jaminan (X ₃)	Pengetahuan,kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan dengan kepada perusahaan.	• keamanan dalam dosis obat yang diberikan	
	d.Empati (X ₄)	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.	• Ketersediaan layanan	
	e.Bukti Fisik (X ₅)	Kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal.	• Fasilitas apotek yang nyaman	
2	Kepuasan Pelanggan	Perasaan yang dirasakan oleh pelanggan apotek kimia farma atmo setelah membandingkan harapan yang di inginkan pelanggan dengan kinerja nyata.	• Kecepatan • ketepatan • keamanan • ketersediaan • kenyamanan	Ordinal

Sumber : Gagasan Penulis Berdasarkan Teori 2012

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2012:115) diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau sumber yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ukuran populasi yang diambil dari penelitian ini bersifat *infinite* yaitu tidak teridentifikasi atau diketahui secara pasti jumlah populasi.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen/pelanggan yang melakukan pembelian obat di apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Cara pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pengambilan sampel pada saat penelitian tersebut dilakukan. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dikarenakan rata-rata kunjungan pelanggan setiap hari adalah 100 orang.

E. Data yang Diperlukan

menurut Sugiyono (2012:193), Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ada dua, yaitu :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner and hasil wawancara.

2. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya yang diperoleh dari penelitian lewat dokumen, penelitian buku-buku, majalah, internet dan media lainya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer berupa jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:193), teknik pengumpulan data terdiri :

1. Observasi (pengamatan langsung) yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk data yang diperlu.
2. Wawancara adalah tehnik pengumpulan data yang memberi pernyataan-pernyataan kepada pihak-pihak berkaitan agar dapat memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan.
3. Dokumentasi adalah tehnik pengumpulan data, dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literatur-literatur, buku-buku, yang ada dan digunakan untuk menunjang data sekunder.
4. Angket (kuesioner) adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-

pertanyaan tertulis kepada kuesioner responden untuk kemudian dijawabnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini daftar pertanyaan (kuesioner) yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan.

G. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:162), analisis data terdiri dari :

a. Analisis Kualitatif

Analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan sedikit, bersifat monografis atau terwujud kasus-kasus sehingga tidak dapat disusun kedalam struktur klasifikatoris.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan dalam kategori

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. untuk mengkuantitatifkan data kualitatif menggunakan skala likert dengan jawaban responden. Sebagai berikut :

Sangat setuju	=SS
Setuju	=S
Netral	=N

Tidak Setuju	=TS
Sangat Tidak Setuju	=STS
Kemudian di kuantitatifkan sebagai berikut :	
Sangat Setuju	=5
Setuju	=4
Netral	=3
Tidak Setuju	=2
Sangat Tidak Setuju	=1

c. Uji Validitas dan Uji realibilitas

Sebelum kuesioner ini disebarkan kepada responden. Kuesioner ini harus diuji valididtas dan realibilitasnya terlebih dahulu agar instrument atau variabel yang digunakan terbukti baik dan handal. Uji validitas dan realibilitas digunakan untuk mengetahui agar apakah isi dari pertanyaan dalam suatu kuesioner sudah valid atau reliabel. Untuk menguji kebasahan validitas diketahui dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi product moment person (Umar:2009) dengan bantuan SPSS Versi 17 *For Windows* dan kemudian membandingkan dengan nilai kritis.

Realibilitas adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama (Umar:2009)

2. Teknik Analisis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis data penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan peralatan statistic berupa regresi linier sederhana, guna melihat pengaruh antara variabel bebas dan variabel tidak bebas adapun persamaan regresinya yaitu :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X_1 = Reabilitas

X_2 = Daya Tanggap

X_3 = Jaminan

X_4 = Empati

X_5 = Bukti Fisik

e = Ganguan (*error*)

b. Uji F

Menurut Sugiyono (2009:207), uji serentak dilakukan untuk membuktikan hipotesis terdapat pengaruh variabel bebas penelitian secara bersama-sama terdapat variabel terikat. Digunakan untuk menguji variabel secara keseluruhan dengan langkah-langkah sebagai berikut

2) Menentukan hipotesis

Ho :Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Ha :Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

3) Menentukan F tabel dengan keyakinan 95% tingkat kesalahan (α) 5%=0,05 dan derajat kebebasan (df) = (n-k-1) dan (k) dilakukan untuk mengetahui ada tidak nya pengaruh yang signifikan terhadap variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan Y

4) Uji Statistik

Menggunakan SPSS statistics 17.0

5) Menarik kesimpulan

- Ho ditolak dan Ha diterima : $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $Sig F \geq \alpha$ (0.05)
- Ho diterima dan Ha ditolak : $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig F < \alpha$ (0.05)

c. Uji t

Menurut Sugiyono (2009:211), untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel terikat dapat digunakan uji t. Digunakan untuk menguji variabel secara parsial atau satu persatu langkah-langkah sebagai berikut :

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

2) Menentukan t tabel dengan keyakinan 95% tingkat kesalahan (α) 5%=0,05 dan derajat kebebasan (df) = (n-2) dilakukan untuk mengetahui ada tidak nya pengaruh yang signifikan terhadap variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan Y

3) Uji Statistik

Menggunakan SPSS statistics 17.0

4) Menarik kesimpulan

- H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
- H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

d. Koefisien determinan

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui uraian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel yang dapat diterangkan oleh variabel X

Rumus koefisien determinan dapat ditunjukkan sebagai berikut : Menurut M. Iqbal Hasan (2009:236)

$$R = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana :

R = koefisien Determinan

r = koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

PT.Kimia Farma Tbk yaitu perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).

Pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dalam penulisan berikutnya disebut Perseroan. Bersamaan dengan perubahan tersebut, Perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang kedua bursa telah merger dan kini bernama Bursa Efek Indonesia). Berbekal pengalaman selama puluhan tahun, Perseroan telah berkembang menjadi perusahaan dengan pelayanan kesehatan terintegrasi di Indonesia. Perseroan kian diperhitungkan kiprahnya dalam pengembangan dan pembangunan

bangsa, khususnya pembangunan kesehatan masyarakat Indonesia. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang merupakan salah satu cabang yang terletak di Jl.Kolonel Atmo No. 1250 Palembang.

2. Kelebihan atau Keunggulan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Kelebihan dan keunggulan yang ada di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang adalah

- a. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang telah menjadi Apotek rekanan dari BPJS untuk semua pensiunan PT.Angkasa Pura Indonesia, sehingga semua pasien pensiunan PT.Angkasa Pura Indonesia tidak perlu membayar langsung ke Apotek Kimia Farma Atmo Palembang
- b. Produk baru dan pelayanan yang ramah sehingga membuat rasa nyaman untuk pelanggan
- c. Lokasi apotek sangat strategis yang berada di pusat kota sehingga memudahkan untuk mengakses ke apotek
- d. Untuk memudahkan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga menyediakan layanan servis *home care* dimana obat bisa diantar langsung ke rumah pelanggan dengan minimal belanja dan radius tertentu untuk bisa di layani
- e. Dalam upaya untuk semakin mendekatkan diri kepada pelanggan, Kimia Farma Apotek terus mengembangkan program *membership*

dan program *contact center*, yang menghubungkan pelanggan dan memungkinkannya untuk berinteraksi dengan apoteker, yang juga melengkapi keberadaan situs *website* yang terus dibenahi dan dikembangkan.

3. Gambaran Indikator

- a. Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi dalam kualitas layanan terhadap Apotek Kimia Farma Atmo Palembang adalah sebagai berikut :

- 1) Kecepatan dalam pelayanan

Setiap karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggan, dan melayani pelanggan dengan cepat.

- 2) Ketepatan dalam pelayanan

Ketepatan dalam pelayanan merupakan hal yang penting. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sangat memperhatikan dalam ketepatan pelayanan terhadap pelanggan.

- 3) Keamanan Apotek

Keamanan Apotek terjamin bebas dari penipuan, karena dalam hal ini Apotek Kimia Farma Atmo Palembang telah mendapat surat izin dari Departemen Kesehatan.

- 4) Ketersediaan pelayanan

Ketersediaan merupakan salah satu hal yang membuat pelanggan merasa nyaman, pada Apotek Kimia Farma Atmo

Palembang setiap karyawan diharuskan menyediakan layanan kepada setiap pelanggan.

5) Fasilitas yang nyaman

Fasilitas pada Apotek Kimia Farma Atmo Palembang menyediakan fasilitas yang lengkap, sehingga pelanggan merasa nyaman saat menggunakan fasilitas tersebut. Untuk kenyamanan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberi fasilitas seperti ruang tunggu, TV dan lain-lain.

- b. Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi dalam kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang adalah sebagai berikut :

1) Kecepatan

Karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberikan kecepatan dalam melayani pelanggan.

2) Ketepatan

Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mengutamakan ketepatan dalam pelayanan, agar pelanggan dapat pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka.

3) Keamanan

Keamanan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang dijamin, karena hal tersebut yang diinginkan oleh pelanggan dengan adanya nomor izin

4) Keramahan

Setiap karyawan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mengutamakan sikap ramah terhadap pelanggan, karena karyawan berhadapan langsung dengan pelanggan sehingga harus menjadi karyawan yang ramah dan baik.

5) Fasilitas

Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mengutamakan kenyamanan bagi pelanggan yang membeli obat. Fasilitas yang diberikan lengkap agar pelanggan merasa lebih nyaman.

4. Gambaran Responden

Untuk mengetahui Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, peneliti telah membuat kuisioner yang diberikan kepada pelanggan. Peneliti memberikan 100 responden yang merupakan pelanggan yang berkunjung ke Apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

Tabel IV.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Laki-laki	73	73%
Perempuan	27	27%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.1 dari 100 responden dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu 73 orang (73%) sedangkan perempuan hanya 27 orang (27%). Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki sebagai pelanggan yang potensial dalam pembelian obat di apotek Kimia Farma Atmo Palembang dibanding perempuan.

Tabel IV.2
Responden Berdasarkan Usia

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
18 – 30 tahun	11	11%
31 – 40 tahun	29	29%
41 – 50 tahun	38	38%
> 50 tahun	22	22%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.2 dari 100 responden dapat diketahui bahwa untuk usia responden yang terbanyak adalah yang berusia antara 41 – 50 tahun sebanyak 38 orang (38%), diikuti dengan usia responden 31 – 40 tahun sebanyak 29 orang (29%), usia > 50 tahun sebanyak 22 orang (22%) dan usia 18 – 30 tahun sebanyak 11 (11%). Hal ini menunjukkan kelompok usia 41 - 50 tahun merupakan konsumen potensial dalam pembelian obat di apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

Tabel IV.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	12	12%
Pegawai Negeri	27	27%
Pegawai Swasta	33	33%
Wiraswasta	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.3 menunjukkan dari 100 responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta yaitu sebanyak 33 orang atau 33%, diikuti oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 28 orang atau 28% responden, pegawai negeri sebanyak 27 orang atau 27%, dan pelajar/mahasiswa sebanyak 12 orang (12%). Data di atas menunjukkan pegawai swasta lebih banyak dalam pembelian obat di apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

Tabel IV.4
Responden Berdasarkan Pendidikan

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
SMP	12	12%
SMA	27	27%
Diploma	33	33%
Sarjana	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.4 menunjukkan dari 100 responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden dengan pendidikan diploma yaitu sebanyak 33 orang atau 33%, diikuti oleh responden dengan pendidikan sarjana yaitu sebanyak 28 orang atau 28% responden, pendidikan SMA sebanyak 27 orang atau 27%, dan pendidikan SMP sebanyak 12 orang (12%). Data di atas menunjukkan responden yang berpendidikan diploma lebih banyak dalam pembelian obat di apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

Berdasarkan tabel IV.5, menjelaskan bahwa indikator kualitas layanan sebagai berikut :

a. Kecepatan Pelayanan (Reliabilitas)

- 1) Tanggapan responden terhadap kecepatan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang, yang menjawab setuju sebanyak 48 orang, yang menjawab netral sebanyak 44 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa pelayanan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sesuai dengan yang dijanjikan.
- 2) Tanggapan responden terhadap kecepatan pelayanan terpercaya dan akurat terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang, yang menjawab setuju sebanyak 49 orang, yang menjawab netral sebanyak 44 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa pelayanan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang terpercaya dan akurat.

b. Ketepatan Pelayanan (Daya Tanggap)

- 1) Tanggapan responden terhadap ketepatan pelayanan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang

menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menjawab setuju sebanyak 58 orang, yang menjawab netral sebanyak 24 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.

- 2) Tanggapan responden terhadap ketanggapan pelayanan dalam melayani pelanggan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang, yang menjawab setuju sebanyak 51 orang, yang menjawab netral sebanyak 32 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sigap dalam melayani pelanggan.

c. Keamanan (Jaminan)

- 1) Tanggapan responden terhadap keamanan racikan obat terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang, yang menjawab setuju sebanyak 50 orang, yang menjawab netral sebanyak 33 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden

menyetujui bahwa hasil racikan obat Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sudah tepat.

- 2) Tanggapan responden terhadap keramahan pelayanan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang, yang menjawab setuju sebanyak 44 orang, selebihnya menjawab netral sebanyak 46 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, ramah dalam melayani pasien.

d. Ketersediaan Layanan (Empati)

- 1) Tanggapan responden terhadap perhatian khusus pada pelanggan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah netral, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang, yang menjawab setuju sebanyak 30 orang, yang menjawab netral sebanyak 64 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas bahwa Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang belum memberikan perhatian secara khusus pada pelanggan.
- 2) Tanggapan responden terhadap komunikasi dengan pelanggan terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah netral, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang, yang menjawab setuju sebanyak 34 orang, yang menjawab netral

sebanyak 61 orang, selebihnya yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas bahwa Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang kurang berkomunikasi dengan pelanggan.

e. Fasilitas (Bukti Fisik)

- 1) Tanggapan responden terhadap fasilitas apotek terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang, yang menjawab setuju sebanyak 55 orang, yang menjawab netral sebanyak 37 orang, selebihnya menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa fasilitas di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang lengkap.
- 2) Tanggapan responden terhadap kebersihan apotek terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang, yang menjawab setuju sebanyak 52 orang, yang menjawab netral sebanyak 40 orang, selebihnya menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sudah bersih.

2. Distribusi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel IV.6

Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%
1	Kepuasan yang diterima konsumen Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sesuai dengan yang dijanjikan	0	0	46	46,0	54	54,0	0	0	0	0
2	Kepuasan yang diterima konsumen Apotek Kimia Farma Atmo Palembang terpercaya dan akurat	0	0	42	42,0	58	58,0	0	0	0	0
3	Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.	0	0	50	50,0	50	50,0	0	0	0	0
4	Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sigap dalam melayani Pelanggan	1	1,0	46	46,0	53	53,0	0	0	0	0
5	Hasil racikan obat Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sudah tepat	1	1,0	45	45,0	54	54,0	0	0	0	0
6	Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, ramah dalam melayani pasien	3	3,0	63	63,0	33	33,0	1	1,0	0	0
7	Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberikan perhatian secara khusus	2	2,0	56	56,0	39	39,0	3	3,0	0	0
8	Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mudah berkomunikasi dengan pelanggan	0	0	54	54,0	46	46,0	0	0	0	0
9	Fasilitas di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang lengkap	1	1,0	61	61,0	38	38,0	0	0	0	0
10	Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yang Bersih	3	3,0	64	64,0	31	31,0	2	2,0	0	0
Rata-rata Persentase			1,1		52,7		45,6		0,6		

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel IV.6 dari 100 responden diperoleh rata-rata untuk variabel kepuasan pelanggan mayoritas responden menjawab kearah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebesar 1,1%, yang menjawab setuju sebesar 52,7%, yang menjawab netral sebesar 45,6%, selebihnya yang menjawab tidak setuju 0,6%. Hal tersebut menggambarkan mayoritas responden menyetujui bahwa pelanggan sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda selengkapnya dapat dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel IV.7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,188	,300		7,289	,000
Reliabilitas (X ₁)	,085	,040	,186	2,118	,037
Daya Tanggap (X ₂)	-,072	,034	-,183	-2,096	,039
Jaminan (X ₃)	,076	,034	,185	2,235	,028
Empati (X ₄)	,191	,041	,392	4,654	,000
Bukti Fisik (X ₅)	,108	,038	,236	2,810	,006

Sumber : Pengolahan data primer 201

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

$$\hat{Y} = 2,188 + 0,085X_1 - 0,072X_2 + 0,076X_3 + 0,191X_4 + 0,108X_5$$

$a = 2,188$ adalah bimbingan konstanta, artinya apabila variabel reabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), Bukti Fisik (X_5) sama dengan 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sebesar 2,188

$b_1 = 0,085$ adalah koefisien regresi variabel Reabilitas (X_1), artinya apabila Reabilitas (X_1) meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan Apotek (Y) terhadap reabilitas yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, yaitu sebesar 0,085 satuan, sementara yang lain tetap. Apabila reabilitas (X_1) menurun sebesar satu satuan, Maka akan diikuti oleh penurunan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap reabilitas yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, yaitu sebesar 0,085 satuan.

$b_2 = -0,072$ adalah koefisien regresi variabel Daya Tanggap (X_2) yang bernilai negatif, artinya apabila Daya Tanggap (X_2) menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yaitu sebesar 0,072 satuan.

$b_3 = 0,076$ adalah koefisien regresi variabel Jaminan (X_3), artinya apabila Jaminan (X_3) meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Jaminan yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yaitu sebesar 0,072 satuan, sementara lain tetap. Apabila Jaminan (X_3) menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Jaminan yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, yaitu sebesar 0,076 satuan.

$b_4 = 0,191$ adalah koefisien regresi variabel Empati (X_4), artinya apabila Empati (X_4) meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Empati yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yaitu sebesar 0,191 satuan, sementara lain tetap. Apabila Empati (X_4) menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Empati yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, yaitu sebesar 0,191 satuan.

$b_5 = 0,108$ adalah koefisien regresi variabel Bukti Fisik (X_5), artinya apabila Bukti Fisik (X_5) meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Bukti Fisik yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yaitu sebesar 0,108 satuan, sementara lain tetap. Apabila Bukti Fisik (X_5), menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Bukti Fisik yang diberikan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, yaitu sebesar 0,108 satuan.

b. Uji-F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh semua variabel bebas bersama-sama terhadap variabel terikat. Metode yang digunakan adalah uji F terhadap signifikansi model regresi yang menunjukkan mampu tidaknya model atau persamaan yang terbentuk dalam memprediksi nilai variabel terikat dengan tepat.

a) Menentukan hipotesis

Ho :Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Ha :Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang.

b) F tabel menentukan F tabel dengan tingkat keyakinan 95% taraf nyata (α) 5%=0,05 dengan penyebut $(n-k-1) = 100-5-1 = 94$ ($k=5$) adalah sebesar 2,311

c) Hasil analisis F hitung dengan program SPSS versi 21, didapat nilai F hitung sebesar 10,348

d) Menarik kesimpulan

Ho ditolak dan Ha diterima : $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

Ho diterima sedangkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.8 berikut ini :

Tabel IV.8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,146	5	,429	10,348	,000(a)
Residual	3,899	94	,041		
Total	6,045	99			

Sumber : Pengolahan data primer 2015

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV.8 diperoleh F-hitung diperoleh sebesar 10,348 dengan tingkat signifikan 0,000 dan nilai F-tabel = 2,311. Jadi F-hitung (10,348) > F-tabel (2,311), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai probabilitas < 0,05, yaitu (0,000 < 0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (realibitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

a) Menentukan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang .

b) t tabel

menentukan t tabel taraf nyata (α) 5%=0,05 dan $df = (n-2) = (100-2)= 98$ adalah sebesar 1,986

c) t hitung

Hasil analisis t hitung dengan program SPSS versi 21, diperoleh hasil t hitung untuk Reabilitas sebesar 2,118, Daya Tanggap sebesar -2,096, Jaminan sebesar 2,235, Empati sebesar 4,654, Bukti Fisik sebesar 2,810 .untuk jelasnya dilihat ditabel IV.9

d) Menarik kesimpulan

Jika dihitung $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ Ho ditolak dan Ha diterima sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ Ho diterima dan Ha ditolak

Tabel IV.9
Hasil Analisis Uji t

VARIABEL	t_{hitung}	t_{tabel}	HASIL HIPOTESIS
Reabilitas (X_1)	2,118	1,986	Ha diterima
Daya Tanggap (X_2)	-2,096	1,986	Ha diterima
Jaminan (X_3)	2,235	1,986	Ha diterima
Empati (X_4)	4,654	1,986	Ha diterima
Bukti Fisik (X_5)	2,810	1,986	Ha diterima

Sumber : Pengolahan data primer 2015

1) Variabel Reabilitas

Hasil uji t untuk variabel X_1 (Reabilitas) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,118$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh reabilitas terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa faktor reabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Variabel Daya Tanggap

Hasil uji t untuk variabel X_2 (Daya Tanggap) diperoleh nilai $t_{hitung} = -2,096$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986, ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa faktor daya tanggap

memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Variabel Jaminan

Hasil uji t untuk variabel X_3 (jaminan) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,235$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa faktor jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4) Variabel Empati

Hasil uji t untuk variabel X_4 (empati) diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,654$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa faktor empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5) Variabel Bukti Fisik

Hasil uji t untuk variabel X_5 (bukti fisik) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,810$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian

maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa faktor bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 digunakan *adjusted R square*, sebagai berikut :

Tabel IV.10
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,596(a)	,355	,321	,20366

Sumber : Pengolahan data primer 2015

Koefisien determinasi R^2 bertujuan untuk menunjukkan presentase tingkat kebenaran prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan, semakin besar R^2 maka semakin besar variasi dari variabel dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Koefisien determinasi R^2 yang diperoleh adalah sebesar 0,321 berarti bahwa variabel reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik hanya mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 32,1% sedangkan

sisanya 67,9% (100% - 30,7%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Secara umum penelitian ini dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa tiga variabel independen yaitu reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penjelasan dari masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

1) Pengaruh Reabilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil perhitungan regresi, ternyata reabilitas mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila reabilitas ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 2,118. Sementara itu nilai pada table distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} (2,118) > t_{tabel} (1,986)$. Hal ini berarti variabel reabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Hal ini berarti semakin baik reabilitas yang diberikan oleh

apotek Kimia Farma Atmo Palembang kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil perhitungan regresi, ternyata daya tanggap mempunyai hubungan negatif atau searah, hal ini berarti bila daya tanggap diturunkan, maka kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga menurun. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar -2,096. Sementara itu nilai pada table distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} (-2,096) < t_{tabel} (1,986)$. Hal ini berarti variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Hal ini berarti semakin baik daya tanggap yang diberikan oleh apotek Kimia Farma Atmo Palembang kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3) Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil perhitungan regresi, ternyata jaminan mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila jaminan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 2,235. Sementara itu nilai pada table distribusi 5% sebesar 1,986, maka

$t_{hitung} (2,235) > t_{tabel} (1,986)$. Hal ini berarti variabel jaminan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Hal ini berarti semakin baik jaminan yang diberikan oleh apotek Kimia Farma Atmo Palembang kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4) Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil perhitungan regresi, ternyata empati mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila empati ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 4,654. Sementara itu nilai pada table distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} (4,654) > t_{tabel} (1,986)$. Hal ini berarti variabel empati mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Hal ini berarti semakin baik empati yang diberikan oleh apotek Kimia Farma Atmo Palembang kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5) Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil perhitungan regresi, ternyata bukti fisik mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila

bukti fisik ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 2,810. Sementara itu nilai pada table distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} (2,810) > t_{tabel} (1,986)$. Hal ini berarti variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek Kimia Farma Atmo Palembang. Hal ini berarti semakin baik bukti fisik yang diberikan oleh apotek Kimia Farma Atmo Palembang kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan persamaan $\hat{Y} = 2,188 + 0,085X_1 - 0,072X_2 + 0,076X_3 + 0,191X_4 + 0,108X_5$. Hasil uji hipotesis menunjukkan $F_{hitung} (10,348) > F_{tabel} (2,311)$ maka ada pengaruh yang signifikan antara reabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama.

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji variabel secara satu persatu pengaruh reabilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) $t_{hitung} (2,118) > t_{tabel} (1,986)$, daya tanggap (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) $t_{hitung} (-2,096) < t_{tabel} (-1,986)$, jaminan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) $t_{hitung} (2,235) > t_{tabel} (1,986)$, empati (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) $t_{hitung} (4,654) > t_{tabel} (1,986)$, bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) $t_{hitung} (2,810) > t_{tabel} (1,986)$, maka secara parsial reabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran kepada Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Pihak apotek seharusnya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam dimensi daya tanggap yaitu, dalam memberikan respon apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, seharusnya karyawan diberikan pelatihan, baik pelatihan secara nasional maupun pelatihan lokal sehingga pelanggan merasa dilayani dengan cepat dan dapat memuaskan pelanggan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. (2009). *Strategi Pemasaran* . Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pusaka Aksara
- Fauzie Ali (2008), *Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Bhakti wira Tamtama Semarang*. Skripsi ini tidak dipublikasikan. Surabaya : Prodi Manajemen universitas Muhammadiyah Surabaya
- Kotler, Philip daan Kevin Iane. alih bahasa Bob Sabran. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, Philip daan Kevin Iane. alih bahasa Bob Sabran. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks
- M. Iqbal Hasan. (2009). *Statistik I*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rambat Lupiyoadi. (2006a). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat
- Rambat Lupiyoadi. (2008b). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat
- Sandi Eka (2008), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RSUD Mardi Waluyo Kota Blitar*. Skripsi ini tidak dipublikasikan. Surabaya : Prodi Manajemen universitas Muhammadiyah Surabaya
- Sugiyono. (2009a). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta

LAMPIRAN

KUESIONER

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

Bapak / Ibu yang saya hormati,

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam hal ini saya sedang mengerjakan tugas akhir. Kuesioner ini berhubungan dengan persepsi anda sebagai konsumen yang berkunjung di apotek kimia farma atmo palembang. Hasil Kuesioner ini tidak akan dipublikasikan, melainkan untuk kepentingan penelitian semata. Mohon agar kuesioner ini diisi dengan sebenar-benarnya.

Atas bantuan dan kesediaan waktunya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian:

1. Isilah dengan alternatif jawaban yang telah disediakan dengan pendapat anda dengan tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.
2. Tidak ada yang benar atau salah dalam penelitian ini, tetapi yang dibutuhkan adalah jawaban yang objektif sesuai dengan pendapat anda.
3. Penelitian ini sifatnya hanya untuk kegiatan ilmiah dan tidak untuk dipublikasikan.

4. Karakteristik Responden:

1. Jenis kelamin : a. Laki – laki
b. Perempuan

2. Usia : a. 18-30 Tahun
b. 31-40 Tahun
c. 41-50 Tahun
d. > 50 tahun

3. Tingkat Pendidikan : a. SMP
b. SMA
c. Diploma
d. Sarjana

4. Pekerjaan : a. Pelajar / Mahasiswa
b. Pegawai Negeri
c. Pegawai Swasta
d. Wiraswasta

Alternatif Jawaban:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

A. Penilaian Konsumen pada Kualitas Pelayanan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Reabilitas (X1):					
	a. Pelayanan di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sesuai dengan yang dijanjikan					
	b. Pelayanan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang terpercaya dan akurat					
2.	Daya Tanggap (X2):					
	a. Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.					
	b. Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sigap dalam melayani Pelanggan					
3.	Jaminan (X3)					
	a. Hasil racikan obat Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sudah tepat					
	b. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, ramah dalam melayani pasien					
4.	Empati (X4) :					
	a. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberikan perhatian secara khusus					
	b. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mudah berkomunikasi dengan pelanggan.					
5.	Bukti Fisik (X5) :					
	a. Fasilitas di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang lengkap					
	b. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yang Bersih					

B. Penilaian Konsumen pada Kepuasan Konsumen di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	a. Kepuasan yang diterima konsumen Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sesuai dengan yang dijanjikan					
	b. Kepuasan yang diterima konsumen Apotek Kimia Farma Atmo Palembang terpercaya dan akurat					
2.	a. Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.					
	b. Pegawai Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sigap dalam melayani Pelanggan					
3.	a. Hasil racikan obat Apotek Kimia Farma Atmo Palembang sudah tepat					
	b. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang, ramah dalam melayani pasien					
4.	a. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang memberikan perhatian secara khusus					
	b. Para karyawan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang mudah berkomunikasi dengan pelanggan					
5.	a. Fasilitas di Apotek Kimia Farma Atmo Palembang lengkap					
	b. Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yang Bersih					

Variabel Rentabilitas (X1)

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	Total
P1	Pearson Correlation	1	,435**	,851**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,435**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,851**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,606	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,55	,642	100
P2	3,54	,626	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,54	,392	,435	.a
P2	3,55	,412	,435	.a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	48	48,0	48,0	53,0
	Netral	44	44,0	44,0	97,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Setuju	49	49,0	49,0	53,0
	Netral	44	44,0	44,0	97,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Daya Tanggap (X2)

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	Total
P1	Pearson Correlation	1	,470**	,849**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,470**	1	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,849**	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,639	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,82	,716	100
P2	3,67	,753	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,67	,567	,470	. ^a
P2	3,82	,513	,470	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Setuju	58	58,0	58,0	72,0
	Netral	24	24,0	24,0	96,0
	Tidak setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	11	11,0	11,0	11,0
	Setuju	51	51,0	51,0	62,0
	Netral	32	32,0	32,0	94,0
	Tidak setuju	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Jaminan (X3)

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	Total
P1	Pearson Correlation	1	,513**	,882**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,513**	1	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,882**	,857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,78	,719	100
P2	3,64	,659	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,64	,435	,513	. ^a
P2	3,78	,517	,513	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	15	15,0	15,0	15,0
	Setuju	50	50,0	50,0	65,0
	Netral	33	33,0	33,0	98,0
	Tidak setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Setuju	44	44,0	44,0	54,0
	Netral	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Empati (X4)

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	Total
P1	Pearson Correlation	1	,458**	,857**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,458**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,857**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,628	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,39	,601	100
P2	3,41	,588	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,41	,345	,458	, ^a
P2	3,39	,362	,458	, ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	30	30,0	30,0	35,0
	Netral	64	64,0	64,0	99,0
	Tidak setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Setuju	34	34,0	34,0	38,0
	Netral	61	61,0	61,0	99,0
	Tidak setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Bukti Fisik (X5)

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	Total
P1	Pearson Correlation	1	,462**	,854**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,462**	1	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,854**	,856**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,62	,632	100
P2	3,59	,637	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,59	,406	,462	. ^a
P2	3,62	,400	,462	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	55	55,0	55,0	60,0
	Netral	37	37,0	37,0	97,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	52	52,0	52,0	57,0
	Netral	40	40,0	40,0	97,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji Validitas

Correlations

		Total
P1	Pearson Correlation	,565**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P2	Pearson Correlation	,568**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P3	Pearson Correlation	,573**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P4	Pearson Correlation	,410**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P5	Pearson Correlation	,445**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P6	Pearson Correlation	,446**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P7	Pearson Correlation	,419**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P8	Pearson Correlation	,382**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P9	Pearson Correlation	,460**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
P10	Pearson Correlation	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,607	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3,46	,501	100
P2	3,42	,496	100
P3	3,50	,503	100
P4	3,48	,522	100
P5	3,47	,521	100
P6	3,68	,548	100
P7	3,57	,590	100
P8	3,54	,501	100
P9	3,63	,506	100
P10	3,68	,566	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	31,97	4,959	,402	,553
P2	32,01	4,959	,408	,552
P3	31,93	4,934	,412	,551
P4	31,95	5,321	,213	,597
P5	31,96	5,231	,253	,588
P6	31,75	5,199	,242	,591
P7	31,86	5,233	,194	,604
P8	31,89	5,412	,190	,601
P9	31,80	5,212	,277	,582
P10	31,75	5,159	,243	,591

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	46	46,0	46,0	46,0
Netral	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	42	42,0	42,0	42,0
Netral	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	50	50,0	50,0	50,0
Netral	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Setuju	46	46,0	46,0	47,0
Netral	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Setuju	45	45,0	45,0	46,0
Netral	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Setuju	63	63,0	63,0	66,0
Netral	33	33,0	33,0	99,0
Tidak setuju	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	56	56,0	56,0	58,0
Netral	39	39,0	39,0	97,0
Tidak setuju	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	54	54,0	54,0	54,0
Netral	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Setuju	61	61,0	61,0	62,0
Netral	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Setuju	64	64,0	64,0	67,0
Netral	31	31,0	31,0	98,0
Tidak setuju	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,596 ^a	,355	,321	,20366

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X5), Empaty (X4), Jaminan (X3), Daya Tanggap (X2), Rentabilitas (X1)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,146	5	,429	10,348	,000 ^a
Residual	3,899	94	,041		
Total	6,045	99			

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X5), Empaty (X4), Jaminan (X3), Daya Tanggap (X2), Rentabilitas (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,188	,300		7,289	,000
	Rentabilitas (X1)	,085	,040	,186	2,118	,037
	Daya Tanggap (X2)	-,072	,034	-,183	-2,096	,039
	Jaminan (X3)	,076	,034	,185	2,235	,028
	Empaty (X4)	,191	,041	,392	4,654	,000
	Bukti Fisik (X5)	,108	,038	,236	2,810	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



Unggul dan Islami

Sertifikat

226/J-10/FEB-UMP/SHA/V/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : IMEY PUTRI JAYANTI
NIM : 212011228.m
PROGRAM STUDI : Manajemen

Yang dinyatakan **HAFAL / TAHFIDZ** (22) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 02 Mei 2015

an. Dekan

Wakil Dekan IV



Drs. Antoni, M.H.I.



DAFTAR NILAI

NAMA : IMEY PUTRI JAYANTI

NIM : 212011228.m

NO	NAMA SURAT	TAHFIDZ	FASIKH	TAJWID	JUMLAH
1	AN-NAS	60	15	15	90
2	AL-FALAQ	60	15	15	90
3	AL-IKHLAS	60	15	15	90
4	AL-LAHAB	60	15	15	90
5	AL-NASHR	60	15	15	90
6	AL-KAFIRUN	60	15	15	90
7	AL-KAUTSAR	60	15	15	90
8	AL-HUMAZAH	60	15	15	90
9	AL-FIIL	60	15	15	90
10	QURAI SY	60	15	15	90
11	AL-MA'UN	60	15	15	90
12	AL-ASHR	60	15	15	90
13	AL-TAKATSUR	60	10	10	80
14	AL-QARI'AH	60	10	10	80
15	AL-BAIYINAH	60	10	10	80
16	AL-ZALZALAH	60	10	10	80
17	AL-ADIYAH	60	10	10	80
18	AL-QADAR	60	10	10	80
19	AL-ALAQ	60	10	10	80
20	AL-TIIN	60	10	10	80
21	AD-DHUHA	60	10	10	80
22	AL-INSYIRAH	60	10	10	80



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS TERAKREDITASI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PIAGAM

No.509/H-4/LPKKN/UMP/III/2015

Lembaga Pengelola Kuliah Kerja Nyata (LPKKN) Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : Imey Putri Jayanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 212012228.M
Fakultas : Ekonomi
Tempat Tgl. Lahir : Palembang, 29-05-1992

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-8 yang dilaksanakan dari tanggal 21 Januari sampai dengan 5 Maret 2015 bertempat di:

Kelurahan/Desa : Cinta Raja
Kecamatan : Kayuagung
Kota/Kabupaten : Ogan Komering Ilir
Dinyatakan : LULUS

Mengetahui



Dr. H. M. Idris, S.E., M.Si.



Palembang, 30 Maret 2015

Ketua LPKKN,

Alhanannasir, M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name	:	Imey Putri Jayanti
Place/Date of Birth	:	Palembang, May 29th 1992
Test Times Taken	:	+1
Test Date	:	July 26th, 2015

Scaled Score

Listening Comprehension	:	62
Structure Grammar	:	63
Reading Comprehension	:	55
OVERALL SCORE	:	600



Palembang, July 27th, 2015

Head of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd., M.A

NO. 296/TEA FE/LB/UMP/VI

NBM/NIDN. 1164932/0210098402

123 certificates

BERITA ACARA

ng bertanda tangan dibawah ini :

Ketua Penguji : Dr.OMAR HENDRO,SE,M.Si
Anggota Penguji 1 : MISMIWATI ABDULLAH,SE,MP
Anggota Penguji 2 : MARDIANA PUSPASARI,SE,M.Si

nerangkan dengan sesungguhnya bahwa ujian komprehensif/ tugas akhir yang diselenggarakan pada :

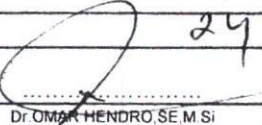
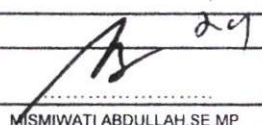
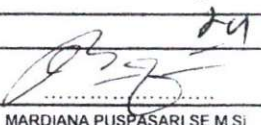
i : KAMIS
anggal : 13-Agust-15
ul : 16-00 WIB
ingan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

akultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang atas nama mahasiswa

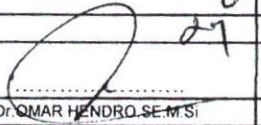
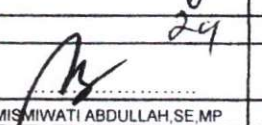
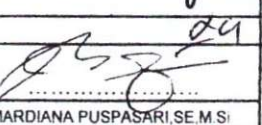
na : Imey Putri Jayanti
: 212011228.M
ing Skripsi : Sistem Pengendalian Manajemen
il Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma
Atmo Palembang

atakan LULUS/ TIDAK LULUS

NILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Aspek yang dinilai	NILAI			Jumlah
	Ketua Penguji	Anggota 1	Anggota 2	
Penguasaan Skripsi	8	8	8	
Penguasaan Materi	8	8	8	
Cara Mengemukakan Pendapat	8	8	8	
Total Penilaian	24	24	24	72
Tanda Tangan>Nama Terang	 Dr.OMAR HENDRO,SE,M.Si	 MISMIWATI ABDULLAH,SE,MP	 MARDIANA PUSPASARI,SE,M.Si	

NILAIAN SKRIPSI

Aspek yang dinilai	NILAI			Jumlah
	Ketua Penguji	Anggota 1	Anggota 2	
Kesesuaian antara perumusan masalah, analisis & kesimpulan	8	8	8	
Metodologi/Analisis pemecahan masalah	8	8	8	
Teknik Penulisan	8	8	8	
otal Penilaian	24	24	24	72
Tanda Tangan>Nama Terang	 Dr.OMAR HENDRO,SE,M.Si	 MISMIWATI ABDULLAH,SE,MP	 MARDIANA PUSPASARI,SE,M.Si	

otal Nilai Komprehensif : 72 (A), (B), (C), (TL)
otal Nilai Skripsi : 72 (A), (B), (C), (TL)

atakan :
= 72 - 90
= 54 - 71
= 36 - 53
35 TIDAK LULUS

Palembang,
Ketua Penguji

13-Agust-15

Dr.OMAR HENDRO,SE,M.Si

Surat Keterangan Selesai Melakukan Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Palembang yang bernama :

Nama : Imey Putri Jayanti

NIM : 21 2011 228 M

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

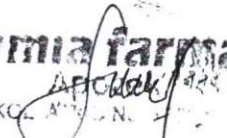
Program Studi : Manajemen

Dengan melalui surat ini diberitahukan bahwa mahasiswa tersebut yang melakukan penelitian pada tanggal 10 -16 juli 2015 telah selesai melakukan penelitian ,pada Apotek Kimia Farma Atmo Palembang yang beralamat Jalan Kolonel Atmo no 1250 Palembang

Demikianlah surat ini kami berikan sekiranya dapat membantu mahasiswa tersebut menyelesaikan skripsi,atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang 21 juli 2015



kimia farma
APOTHEKA
JL. KOL. ATMO NO. 1250
Drs Supano.Apt
Bisnis manager