

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan usaha apotek di Indonesia berjalan cukup pesat. Jumlah apotek dari tahun 1996 sampai 2005 di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya (Maximillian, 1997).



Gambar 1. Pertumbuhan apotek di Indonesia
Sumber: <http://bisnisfarmasi.wordpress.com/>

Meskipun produk-produk yang ditawarkan di setiap apotek adalah hampir serupa, tetapi apotek-apotek ini juga berkembang dengan berbagai diferensiasi. Hal ini disebabkan tuntutan pasar yang mengharapkan fungsi apotek bukan saja tempat

membeli obat, tetapi apotek diharapkan dapat memberikan layanan yang cepat, memuaskan, dan memenuhi kebutuhan konsumen, termasuk jasa pengantaran produk yang dapat membantu memberikan kepuasan kepada konsumen. Adanya diferensiasi ini dapat menjadi *competitive advantage* dari apotek tersebut. *Competitive advantage* ini penting karena dapat menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk melakukan aktivitas pembelian apotek tersebut.

Dari banyaknya apotek yang terus berkembang dengan berbagai inovasi layanan dan kreativitas masing-masing pengelola apotek, maka persaingan di dunia apotek akan menjadi semakin kompetitif karena setiap apotek akan berupaya meningkatkan jumlah pelanggan melalui peningkatan kualitas apotek baik dalam segi produk yang ditawarkan maupun pelayanan.

Semua apotek menyadari bahwa jasa merupakan salah satu faktor penting untuk memberikan kepuasan dan meningkatkan loyalitas kepada konsumen. Pemberian pelayanan yang *excellent* memang tidak dapat dilepaskan pengaruhnya terhadap sikap pelanggan pada apotek yang bersangkutan.

Untuk melihat besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap sikap konsumen, perlu dilakukan suatu penelitian yang mengarah pada identifikasi karakteristik pelanggan. Berdasarkan identifikasi karakter konsumen tersebut, selanjutnya dapat dilihat pengaruhnya terhadap sikap konsumen.

Kondisi lingkungan apotek yang memadai dapat memberikan peluang positif terhadap kemungkinan peningkatan daya saing apotek diantara sekian apotek sejenis yang bersaing untuk menarik konsumen sebanyak mungkin.

Dari data-data yang disebutkan diatas, penulis ingin mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen. Maka dari itu, penulis

memilih salah satu apotek yang ada di Indonesia tepatnya di kota Bandung. Pemilihan objek penelitian apotek ini salah satunya adalah umur apotek tersebut. Apotek ini berdiri pada tahun 1980, dimana pada awalnya Apotek ini dimulai dari hanya sebuah toko kecil yang menjual jamu. Toko jamu ini didirikan oleh Sie Tjoe Lip, kemudian usaha ini terus berkembang dan akhirnya pada tahun 1993 toko ini berubah nama menjadi APOTEK SIDOWARAS. Perkembangan apotek ini mengalami kemajuan dalam peningkatan fasilitas, kelengkapan produk dan semakin terfokus kepada obat-obatan kimia. Perubahan ini ternyata mendapatkan sambutan yang cukup baik oleh masyarakat sekitar dan hal ini membawa APOTEK SIDOWARAS terus menerus melakukan pengembangan sampai APOTEK ini menjual obat-obatan lalu diperlengkapi dengan penambahan produk kebutuhan umum seperti kosmetik, shampo, pasta gigi dan lain-lain. Karena menyadari pentingnya jasa dalam usaha ini, APOTEK SIDOWARAS memberikan beberapa fasilitas jasa yang memberikan nilai tambah apoteknya seperti layanan antar, pelayanan yang ramah dan cepat, harga yang bersaing, serta kelengkapan obat-obatannya.

Hal mengenai perkembangan apotek ini menarik perhatian penulis, sehingga penulis ingin mengkaji dan menganalisis lebih jauh, apakah kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak apotek berpengaruh terhadap sikap konsumen. Oleh karena itu, penulis menuangkan penelitian ini dalam judul **“PENGARUH KEPUASAN DALAM DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN”**.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk sebuah perusahaan seperti apotek, jasa yang diberikan kepada konsumen sangatlah penting. Mengingat seberapa pentingnya dan berharganya nilai loyalitas yang dapat dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan. Sehingga perusahaan apotek tersebut harus memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumennya.

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan APOTEK SIDOWARAS?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan APOTEK SIDOWARAS.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen.
3. Mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi akademisi
 - a. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
 - b. Melatih keterampilan di dalam usaha memecahkan permasalahan dalam industri jasa terkait hal kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen
2. Manfaat bagi praktisi bisnis
 - a. Menambah pengetahuan dan wawasan di dalam bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan sikap konsumen.
 - b. Mengembangkan kualitas pelayanan khususnya untuk usaha apotek.