

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi seperti ini produsen berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas usahanya agar dapat bersaing dengan para produsen lainnya. Para produsen mencoba membuat inovasi lainnya guna untuk meningkatkan keoptimalannya baik itu dari sisi barang ataupun jasa yang ada.

Globalisasi perekonomian membawa dampak pada perubahan lingkungan bisnis kearah pentingnya pelayanan sebagai sumber keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Dalam era ekonomi berbasis pelayanan, pelayanan yang unggul (*service excellence*) adalah sebuah kunci penentu kesuksesan perusahaan untuk membangun kekuatan persaingan dan memenangkan persaingan bisnis yang sangat ketat.

Sumber daya manusia sangatlah penting dalam sebuah perusahaan maupun lembaga dalam mengelola, mengatur dan menjalankan sebuah kegiatan dalam sebuah organisasi. Pentingnya peranan sumber daya manusia ini dalam kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi terhadap suatu pembelian obat di Apotek. Maka dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen pun akan mempercayai terhadap pembelian disuatu apotek.

Apotek adalah suatu tempat dilakukan pekerjaan kefarmasiaan kepada masyarakat (Depkes RI, 2004). Selain itu apotek juga dapat didefinisikan sebagai suatu tempat pengabdian profesi apoteker dengan sasaran perluasan dan pemerataan pelayanan kesehatan, jaminan keabsahan dan mutu obat, jaminan ketepatan, kerasionalan dan keamanan penggunaan obat serta pencegahan penyalahgunaan dan kesalahangunaan obat (Herman dkk, 2002).

Bentuk layanan untuk menimbulkan keputusan pembelian konsumen Apotek ini dengan memberikan kemudahan berupa informasi

mengenai obat yang konsumen butuhkan seperti informasi dari khasiat obat, cara pemakaian, dosis obat, efek samping, waktu pemakaian dan lain halnya.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses adalah dengan mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik serta juga mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang unggul di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan terhadap apotek tersebut, walaupun banyak pesaing yang ada dilingkungan yang sama.

Menurut Tjiptono(2007) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Maka konsumen tersebut akan melihat seberapa banyak produk obat yang tersedia pada toko Apotek yang akan konsumen pilih.

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang pada saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan pada setiap perusahaan untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu di perhatikan pada setiap perusahaan dalam mencapai keberhasilan dilihat dari kualitas pelayanan terhadap pembelian obat. Dan terdapat juga bermacam-macam faktor strategi yang dapat di stimulir, sehingga timbulnya tekanan untuk segera mewujudkannya dalam bentuk stimulus, Peter dan Olson menyatakan bahwa tiga keputusan utama dalam mendesai lingkungan fisik suatu usaha adalah lokasi, tata letak serta rangsangan / atmosphere yang di timbulkannya.

Pemilihan lokasi ini sangatlah penting agar dapat ditinjau langsung oleh konsumen seberapa mudahkan akses yang bisa didatangi oleh konsumen terhadap toko obat tersebut apakah lokasi toko Apotek tersebut strategis atau tidak. Lokasi yang strategis biasanya menjadi salah satu faktor terpenting dan sangat

menentukan keberhasilan dalam suatu usaha. Pihak apotek pun dapat memberikan sebuah kenyamanan serta aman di dalam diri konsumen sehingga terjadi keputusan pembelian pada konsumen apotek.

Menurut Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Jadi dengan itu maka konsumen apotek dari memilih sebuah produk obat dapat melihat dari sisi yang mana sesuai kepribadian dari konsumen, dan konsumen pun akan melihat kepuasan tersendiri.

Keinginan konsumen dalam membeli obat sangat diperlukan untuk mengetahui seperti apa kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pembelian obat oleh karyawan Apotek dan pemilihan lokasi apotek yang akan berdampak baik itu positif ataupun negative setelah konsumen rasakan setelah konsumen tersebut mendatangi apotek.

Konsumen merupakan orang yang menyampaikan keinginannya ataupun keluhan kesah yang dirasakan kepada Apoteker di Apotek. Tugas Apoteker yaitu memiliki peran untuk menangani konsumen dengan memberikan informasi terkait obat-obatan yang konsumen butuhkan.

Selain Apoteker ada juga asisten Apoteker yang tugasnya sama yaitu dengan mengecek kesiapan apotek sebelum operasional, menyusun produk racikan yang di distribusi dari gudang farmasi ke apotek, melakukan peracikan obat, melayani pembelian pasien, membuat copy serep dan melakukan penyerahan produk kepada pasien.

Apoteker memberikan informasi secara optimal agar mendatangkan keuntungan baik bagi konsumen maupun pemilik usaha. Semakin banyak perusahaan yang mengakui pentingnya dalam memuaskan dan mempertahankan konsumen yang ada maka para konsumen akan merasakan kepuasan dengan kualitas pelayanan yang diberikan biasanya akan terkait dengan bertahannya konsumen tersebut.

Apotek Bumi Panyileukan adalah salah satu toko Apotek yang berada di Jl. Raya Bumi Panyileukan. Sasaran utama konsumen toko Apotek ini yaitu masyarakat Komplek Bumi Panyileukan namun konsumennya pun bisa saja masyarakat luas juga yang sudah mempercayai toko tersebut dengan banyaknya produk-produk yang ada karena toko Apotek Bumi Panyileukan ini menyediakan obat-obatan yang kumplit dari berbagai obat yang konsumen butuhkan.

Apotek Bumi Panyileukan ini merupakan salah satu Apotek yang sangat dikenal oleh masyarakat Bumi Panyileukan karena Apotek ini berada di pusat keramaian Jl.Raya Bumi Panyileukan yang tempatnya tidak begitu jauh dari pemukimann warga. Dan toko Apotek ini memiliki tempat yang cukup luas sehingga konsumen pun merasa puas dengan membeli obat disini. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan memiliki akses jalan yang tidak sulit.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Periode 2018 / 2019**  
**Apotek Bumi Panyileukan**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Penjualan
1	<b>2018</b>	Mei	940
2		Juni	1761
3		Juli	1278
4		Agustus	1400
5		September	580
6		Oktober	803
7		November	627
8		Desember	2789
9	<b>2019</b>	April	1797

10	Mei	1629
11	Juni	995
12	Agustus	1367
13	September	1087
14	Oktober	919
15	November	935
16	Desember	1446

*Sumber: Apotek Bumi Panyileukan*

Berdasarkan tabel data penjualan dapat dilihat bahwa dari tahun ketahun pada setiap bulannya mengalami peningkatan dan juga penurunan Dari jumlah penjualan tersebut, diketahui bahwa terjadi fluktuasi disetiap bulannya dilihat dari penurunan dan peningkatan penjualan pada tiap bulan. Hal tersebut dikarenakan adanya situasi dimana bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar.

Dan juga terjadi penurunan yang sangat rendah itu disebabkan karena belum maksimalnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan kurangnya obat-obatan yang tersedia yang konsumen butuhkan. Dengan itu perlu adanya kepuasan dalam memberikan suatu pelayanan yang terbaik pada konsumen agar menimbulkan keputusan pembelian pada konsumen di apotek bumi panyielukan kota bandung.

Berdasarkan survey awal bahwa dilingkungan yang sama terdapat usaha apotek yang sejenis, itu menjadi sebuah faktor utama dalam sebuah pemilihan lokasi dalam keputusan pembelian setiap konsumen. Dengan lokasi yang sama-sama berada di pusat keramaian komplek bumi panyileukan dan sama-sama memberikan pelayanan yang terbaik.

Keberhasilan kegiatan pemasaran suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu menyelami persepsi para pembeli atau konsumen, sehingga dapat diketahui mengapa seseorang lebih senang dan membeli produk tertentu, bukan merek lainnya. Tujuan kegiatan pemasaran yaitu mempengaruhi pembeli atau calon pembeli agar bersedia membeli produk yang ada diperusahaan tersebut.

Perkembangan apotek yang sangat pesat menyebabkan persaingan apotek semakin tajam. Definisi Apotek atau istilah kefarmasian menurut Permenkes No. 9 Tahun 2017 pelaksanaan apotek sebagai sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh apoteker, atas Surat Izin Apotek (SIA) adalah izin tertulis yang diberikan oleh pemerintah daerah kabupaten / kota kepada Apoteker sebagai izin untuk mengadakan Apotek. Menurut definisi tersebut dapat diketahui bahwa apotek merupakan sebuah sarana pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh seorang Apoteker yang dapat membantu mewujudkan tercapainya derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat, selain itu juga sebagai salah satu tempat pengabdian serta praktek profesi dalam melakukan pekerjaan kefarmasian.

Kualitas pelayanan dan lokasi ini adalah suatu strategi pemasaran yang mendorong perusahaan untuk mencapai tujuannya keberhasilan dalam mencapai target penjualan yang baik.

Berdasarkan uraian diatas dan melihat betapa pentingnya pelayanan jasa yang optimal dalam rangka meningkatkan pembelian konsumen maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI TOKO APOTEK BUMI PANYILEUKAN”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan kurangnya obat-obatan yang tersedia.

2. Terjadi fluktuasi disetiap bulannya dilihat dari peningkatan dan penurunan penjualan pada tiap bulan.
3. Terdapat usaha apotek yang sejenis di lingkungan yang sama.

### **C. Rumusan Masalah**

Latar belakang diatas yang telah dipaparkan dalam kualitas pelayan, dan pemilihan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan, maka di definisikan bahwa :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan?
2. Apakah terdapat pengaruh pemilihan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan?

### **D. Tujuan Penelitian**

Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemilihan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, dengan adanya penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan ataupun juga pengetahuan tentang manajemen pemasaran terutama dalam wawasan teori kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi.

2. Bagi pemilik usaha, dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat menjadi sebuah informasi yang baik dalam usaha tersebut. Agar menjadi sebuah acuan untuk kedepannya nanti.
3. Bagi pihak lain diharapkan agar bisa menjadi sebuah referensi dalam suatu keputusan pembelian.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Dengan adanya kualitas pelayanan yang optimal maka akan mempunyai tingkat keunggulan yang dirasakan oleh konsumen maka dari itu konsumen pun akan memiliki sikap yang positif terhadap suatu toko dan dalam jangka panjang dan tidak heran lagi akan kembali untuk pembelian ulang yang konsisten.

### **1. Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y)**

Dalam Septadianti (2012) pelayanan diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa, dapat berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian. Pada hakikatnya manusia pasti memiliki keinginan ataupun kebutuhan baik itu secara material maupun non material yang mana untuk memenuhi sebuah kebutuhannya harus mendapatkan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang dimaksud yaitu tersedianya berbagai macam obat-obatan yang ada di sebuah Apotek dengan memperhatikan dan juga memahami apa yang menjadi dasar keinginan dari konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam sebuah usaha pelayanan khususnya usaha Apotek, kualitas pelayanan harus memiliki peranan penting dalam memberikan nilai tambah terhadap pengalaman *service* secara keseluruhan. Menurut Brady dan Cronin (dalam Remiarsa dan Lukman, 2007) persepsi pelanggan pada kualitas pelayanan ini terdiri dari tiga kualitas yaitu kualitas interaksi,



kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Dari ketiga bentuk kualitas pelayanan ini dari keseluruhannya memiliki persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

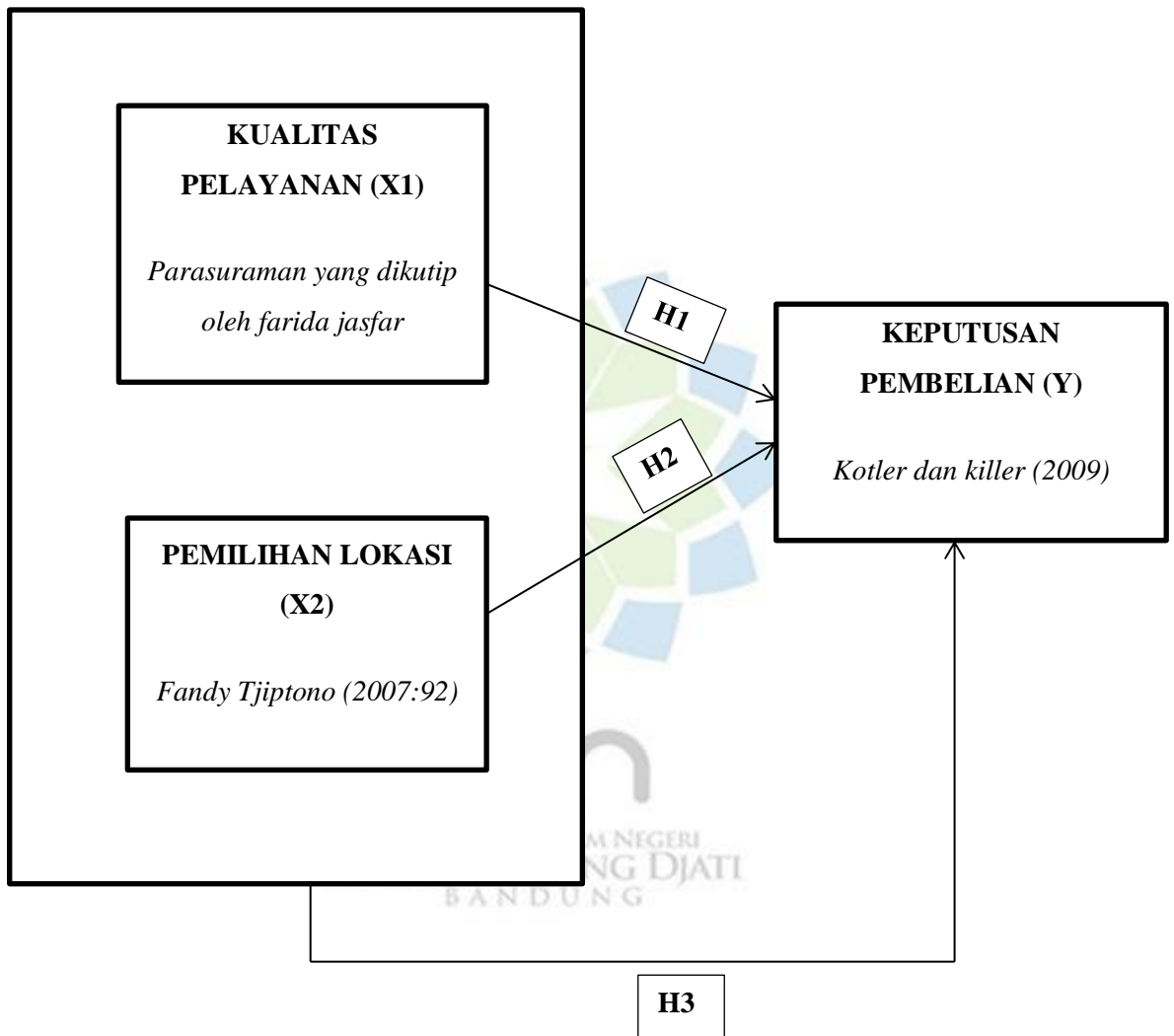
## **2. Hubungan Pemilihan Lokasi (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y)**

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh pramuniaga yang sama banyak dan terampil, dan sama-sama punya *setting / ambience* yang bagus.

Dengan kata lain untuk meningkatkan keputusan pembelian salah satunya dapat dilakukan dengan meningkatkan pemilihan lokasi yang strategis. Lokasi mempunyai dampak yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Karena dalam pemilihan suatu lokasi akan berdampak bagi konsumen dalam pemilihan tempat terhadap keputusan pembeliannya.



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berpikir**



*Sumber : hasil pengolahan peneliti: 2019*

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Judul	Variabel/ Hasil penelitian	Analisis Perbandingan	
				Persamaan	Perbedaan
1	Okky ervina (2013)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal	Berdasarkan hasil penelitian, diketahui terdapat kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien rawat inap baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan uji t pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap secara parsial diperoleh nilai 7,673 sedangkan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien rawat inap secara parsial diperoleh nilai 6,973. Secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pasien rawat inap berdasarkan uji f diperoleh nilai 75,138.	<p>1. Terdapat variabel kualitas pelayanan</p> <p>2. Menggunakan dua variabel bebas / independen</p> <p>3. Menggunakan satu variabel terikat / dependen</p>	<p>1. Variabel tidak ditambahkan dengan kepercayaan dan kepuasan pasien melainkan keputusan pembelian</p> <p>2. berbeda objek penelitian</p>
2	Nadia jessica dan maria istiningnih (2010)	Pengaruh produk layanan dan lokasi terhadap kepuasan tamu di hotel JW marriot Surabaya	Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel produk dan harga. Artinya secara parsial produk dan harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap tamu. Sedangkan variabel pelayanan dan lokasi, artinya secara	<p>1. terdapat variabel lokasi</p> <p>2. menggunakan dua variabel bebas / independen</p> <p>3. menggunakan satu variabel terikat / dependen</p>	<p>1. Variabel tidak ditambah dengan pengaruh produk</p> <p>2. berbeda objek penelitian</p>

			parsial layanan dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu		
3	Nur wilandari (2013)	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada konsumen kota semarang)	Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. terdapat variabel kualitas pelayanan</li> <li>2. terdapat variabel lokasi</li> <li>3. menggunakan dua variabel bebas / independen</li> <li>4. menggunakan satu variabel terikat / dependen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tidak terdapat variabel kualitas produk dan variabel kepuasan pelanggan</li> <li>2. berbeda objek penelitian</li> </ol>
4	Yoga wicaksono (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Indo samudra perkasa semarang	Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. Pada model 1 kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan sebesar 0,524. Pada model 2 kualitas pelayanan memberikan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. terdapat variabel kualitas pelayanan</li> <li>2. menggunakan dua variabel bebas/ independen</li> <li>3. menggunakan satu variabel terikat / dependen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak menggunakan 2 model cara yang tiap pada variabelnya.</li> <li>2. berbeda objek penelitian</li> </ol>
5	Lucki hermanto (2014)	Pengaruh lokasi , fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air "Gita	Hasil dari pengujian hipotesis uji parsial t diketahui variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada wisata air gita water park.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 terdapat variabel lokasi</li> <li>Terdapat variabel kualitas pelayanan</li> <li>2 . menggunakan dua variabel bebas / independen</li> </ol>	<p>Tidak terdapat variabel kepuasan konsumen</p> <p>Berbeda objek penelitian</p>

		Water Park” Kec. Pulung Kab. Ponorogo		Menggunakan satu variabel terikat / dependen	
6	Soewinto (2013)	Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian springbed comforta	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian spring bed comforta pada PT. Massindo sinar pratma manado.	1.Terdapat variabel kualitas pelayanan 2.Terdapat variabel keputusan pembelian	1.Variabel ini tidak ditambah dengan variabel kualitas produk, harga, promosi ,melainkan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi 2.berbeda objek penelitian

## G. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas jadi dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.

H<sub>2</sub> : Pemilihan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.

H<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan, Pemilihan Lokasi, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Apotek Bumi Panyileukan.