

Efektivitas Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma

Dwi Kartikasari¹⁾, Dea Ariesta Syafitri²⁾

- 1) Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam 29461, email: dwi@polibatam.ac.id
 2) Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam 29461, email: ariestadea88@yahoo.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan; (2) pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan; (3) pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 250 orang responden yang merupakan pelanggan Toko Obat Dewi Farma. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa: (1) variabel pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; (2) variabel pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan (3) variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh tidak signifikan.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, pelayanan prima, analisis jalur

Abstract - The research aims to determine (1) the effect of excellent service to the customer satisfaction, (2) the effect of excellent service to customer loyalty, and (3) the effect of excellent service to the customer satisfaction which impact on customer loyalty. The type of this research is explanatory research using quantitative approach. The samples are 250 respondents who are customers of Dewi Farma pharmacy, selected by purposive sampling technique by filling out questionnaires. The authors analyze data using descriptive analysis and path analysis methods. The result of this research are: (1) excellent service variable significantly influences customer satisfaction variable (2) excellent service variable significantly influences customer loyalty variable, and (3) the effect of excellent service to customer satisfaction which impact on customer loyalty is not significant.

Keyword: service excellence, customer satisfaction, customer loyalty, path analysis

1. PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, bisnis obat-obatan berkembang pesat, karena obat merupakan produk kesehatan yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Untuk tetap bertahan di tengah persaingan bisnis obat-obatan, sebuah toko obat perlu meraih tingkat penjualan tertentu, bertumbuh dan berekspansi merebut pangsa pasar, menciptakan batu pijakan untuk strategi berikutnya, memberikan pelayanan yang baik dan sebagainya. Toko obat juga perlu melakukan penawaran produk kepada pasar individual maupun organisasional yang mungkin membutuhkan dan tertarik membeli produknya. Jenis ataupun kualitas produk dagangan sangat bergantung terhadap pilihan strategi organisasi yang didasarkan pada kompetensi dan kapasitas produksi yang bersangkutan. Upaya itu dilakukan untuk mencapai tujuan bersama perusahaan. Pelayanan prima (*service excellence*) merupakan salah satu prinsip dasar untuk terus berkembang di dunia bisnis [1]. Pelayanan prima (*service excellence*) adalah kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan

mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal terhadap perusahaan tersebut [1].

1.1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan Toko Obat Dewi Farma.
2. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh efektivitas pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan Toko Obat Dewi Farma.
3. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan Toko Obat Dewi Farma.

1.2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat praktis, bagi perusahaan dapat mengetahui efektivitas pelayanannya.
2. Manfaat teoritis :

- a. Bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian mengenai efektivitas pelayanan prima menggunakan analisis jalur.
- b. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan yang lebih mendalam mengenai penerapan teori pelayanan prima yang diperolehnya di bangku kuliah.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Kajian empiris

Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah:

1. Pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Pizza Hut Malang [2]
2. Tanggung jawab dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan, studi kasus Bank Syariah DKI [3]
3. Pengaruh *customer experience quality* terhadap *customer satisfaction & customer loyalty* di Kafe Excelso Surabaya [4]
4. Faktor kualitas jasa pelayanan dalam meningkatkan minat berobat pasien rawat inap RS Dr. Soetomo Surabaya [5]
5. *Towards a better understanding of service excellence* [6]

2.2. Kajian Teori

a. Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Konsep pelayanan prima yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*) [1]. Pelayanan prima (*service excellence*) adalah kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggannya, agar mereka selalu loyal terhadap perusahaan tersebut [1].

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan kognitif [7]. Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi) dan terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, dan pengalaman akumulatif).

c. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian berulang [8]. Literatur loyalitas pelanggan didominasi beberapa aliran utama [8]

diantaranya: aliran stokatis (*behavioral*), aliran deterministik (*sikap*), dan aliran integratif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

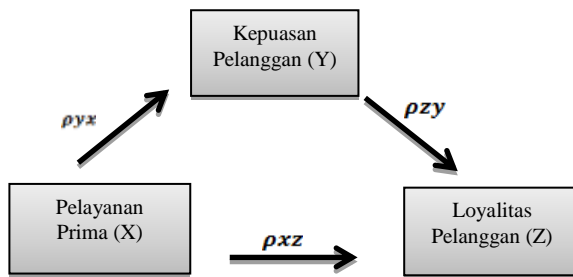
3.1. Karakteristik Responden

Peneliti mengumpulkan data melalui kuisioner. Peneliti memakai teknik *purposive sampling* dalam penyebaran kuisioner sehingga memperoleh 250 responden dalam penelitian ini. Teknik *purposive sampling* dipilih dikarenakan untuk menjadi responden diperlukan syarat-syarat yang wajib dipenuhi terlebih dahulu yaitu pelanggan yang pernah membeli obat di Toko Obat Dewi Farma. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang penulis lakukan terhadap instrumen penelitian, maka penulis menemukan bahwa semua instrumen dinyatakan valid karena r hitung semua item pertanyaan lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1241 dan semua variabelnya dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada 0,6.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dijabarkan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, umur, frekuensi pembelian, dan jenis obat yang dibeli. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 111 orang dan perempuan berjumlah 139 orang. Responden paling banyak berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 83 orang, diikuti dengan pegawai swasta 48 orang, mahasiswa/pelajar 48 orang, dan pegawai negeri 44 orang. Sedangkan responden didominasi oleh mereka yang berusia 25-35 tahun berjumlah 96 orang, diikuti oleh responden yang memiliki umur dibawah 25 tahun berjumlah 61 orang, responden yang memiliki umur 36-45 tahun berjumlah 47 orang, responden yang memiliki umur 46-55 tahun berjumlah 35 orang dan responden yang memiliki umur diatas 55 tahun berjumlah 11 orang. Berdasarkan frekuensi pembelian, responden terbanyak pernah berbelanja 3-5 kali di toko obat Dewi Farma sejumlah 143 orang, diikuti oleh responden yang pernah berbelanja lebih dari 5 kali sejumlah 92 orang, dan responden yang pernah berbelanja hanya 1-2 kali hanya 15 orang Terakhir, responden yang membeli produk obat sebanyak 215 orang dan yang membeli produk jamu hanya 35 orang.

3.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Jalur

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu variabel *exogenous* yaitu variabel *service excellence* (X), variabel *intervening* yaitu kepuasan pelanggan (Y), dan variabel *endogenous* yaitu loyalitas pelanggan (Z). Hubungan ketiga variabel ini dapat digambarkan melalui gambar berikut:



Gambar 1: Hubungan Struktur X,Y terhadap Z

Variabel-variabel penelitian dioperasionalkan menggunakan skala ordinal likert 1-4 yang diolah dengan metode suksesif interval dengan penjabaran variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Dimensi	Indikator
Pelayanan Prima	
Sikap 1. Bersikap ramah dan sopan 2. Berpikir positif 3. Bersikap menghargai kepada pelanggan 4. Menerima saran dan kritikan	<ul style="list-style-type: none"> Petugas mengucapkan salam sebelum melayani pelanggan Bersikap adil dan konsisten dalam memberikan pelayanan Menghargai privasi pelanggan (penyakit pelanggan) Petugas menerima dengan baik saran dan kritikan yang diberikan oleh pelanggan Petugas berpikir positif, sehat dan logis kepada pelanggan.
Perhatian 1. Memenuhi dan memahami kebutuhan pelanggan 2. Mencerahkan perhatian penuh kepada pelanggan 3. Mengamati perilaku pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Petugas mendengarkan dan memahami dengan baik obat yang akan dibeli pelanggan. Petugas tidak memberikan interpretasi atau penafsiran obat yang salah kepada pelanggan Memberikan penjelasan obat dengan jujur tentang kondisi obat Obat yang disediakan toko lengkap Menjadikan pelanggan nomor 1 (prioritas) utama
Tindakan 1. Mencatat kebutuhan pelanggan 2. Mewujudkan kebutuhan pelanggan 3. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan kembali	<ul style="list-style-type: none"> Mencatat jenis obat yang dipesan pelanggan (apabila obat habis) Obat yang telah tersedia sesuai dengan pesanan pelanggan diinformasikan kepada pelanggan. Pelanggan dilayani dengan respon positif Saya mendapatkan pelayanan yang segera saat saya membutuhkan
Kemampuan 1. Melaksanakan komunikasi yang efektif 2. Mengembangkan	<ul style="list-style-type: none"> Komunikasi yang disampaikan petugas mudah dimengerti Kemampuan petugas toko dalam menjawab pertanyaan cukup meyakinkan saya

Dimensi	Indikator
Pelayanan Prima	
motivasi 3. Mengembangkan <i>public relation</i> 4. Membina hubungan internal dan eksternal kepada pelanggan	bahwa masalah dapat diselesaikan <ul style="list-style-type: none"> Petugas menunjukkan sikap antusias saat kedatangan anda ditoko Petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja
Penampilan 1. Penampilan fisik 2. Penampilan non fisik	<ul style="list-style-type: none"> Petugas toko berpenampilan bersih dan rapi dalam melayani pelanggan Petugas toko bersikap ceria dalam menyambut pelanggan yang datang ke toko
Tanggung Jawab 1. Menghindari kerugian perusahaan 2. Keberpihakan terhadap organisasi yang dikelola	<ul style="list-style-type: none"> Apabila terjadi kesalahan dalam pembelian obat, pelanggan diperbolehkan untuk mengganti obat dengan catatan obat masih disegel (tidak membuka kemasan) Toko obat memberikan potongan harga untuk pembelian obat dengan jumlah banyak Toko obat menerima pembelian obat eceran (satuan) Jam operasional toko sesuai dengan harapan saya
Kepuasan Pelanggan	
1. Tingkah laku petugas pelayanan 2. Cara penyampaian petugas 3. Ketepatan waktu pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> Kepuasan terhadap sikap yang diberikan oleh petugas toko Kebutuhan obat dan keinginan saya terpenuhi Kepuasan terhadap kecepatan melayani pelanggan Kepuasan dengan pengetahuan pengobatan yang disampaikan oleh petugas toko Kepuasan jawaban yang disampaikan oleh petugas toko Kepuasan pelayanan yang diberikan Toko Obat
Loyalitas Pelanggan	
Loyalitas Pelanggan 1. Aliran Stokatis (Behavioral) 2. Aliran Deterministik (sikap) 3. Aliran Integratif	<ul style="list-style-type: none"> Datang kembali karena pelayanan yang baik dibandingkan toko obat yang lain Obat yang saya butuhkan hanya ada di Toko Obat Dewi Farma Merekomendasikan Toko Obat Dewi Farma kepada kerabat dan keluarga Saya akan terus membeli obat di Toko Obat Dewi Farma

Berdasarkan operasionalisasi variabel pada tabel di atas, hasil kuisioner diolah dengan analisis jalur sehingga diperoleh hasil analisis jalur sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur

Variabel		Beta	R ²	t _{hitung}	p-value	Keputusan
Eksogen	Eksogen					
Pelayanan prima (X)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,889	0,791	30,645	0,00	Signifikan
Pelayanan prima (X)	Loyalitas Pelanggan (Z)	0,484	0,234	8,714	0,00	Signifikan
Pelayanan Prima (X)	Loyalitas Pelanggan (Z)	-0,237	0,372	-2,149	0,033	Tidak Signifikan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Loyalitas Pelanggan (Z)	0,811		7,35	0,00	Signifikan

a. Koefisien Jalur Pelayanan Prima *Service Excellence* terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 2 diatas menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,889. Hasil uji t hitung yang diperoleh sebesar 30,645 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian pelayanan prima dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya [2] meskipun berbeda obyek penelitian.

b. Koefisien Jalur Pelayanan Prima *Service Excellence* terhadap Loyalitas Pelanggan

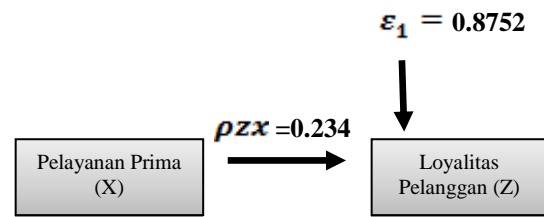
Tabel 2 menjelaskan bahwa pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,484 seperti tercermin pada koefisien beta. Hasil uji t_{hitung} yang diperoleh sebesar 8,714 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka penulis menyatakan pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini kontradiktif dengan penelitian sebelumnya [2] sehingga berpotensi memperkaya literatur di area ini.

c. Koefisien Jalur Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan yang berdampak terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 2 menunjukkan bahwa koefisien beta pada hubungan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar -0,237 dan t_{hitung} yang diperoleh sebesar -2,149 dengan probabilitas sebesar 0,033 ($p > 0,05$) maka penulis menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya [2].

Dengan demikian, karena hasil analisis jalur menggunakan variabel *intervening* tidak signifikan, maka penulis menggunakan model *trimming* [9] pada model struktur jalur, dengan menghilangkan variabel yang tidak signifikan sehingga diperoleh hubungan

langsung sebagai berikut.

Gambar 2: Hubungan Struktur Model *Trimming*

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Variabel pelayanan prima (*service excellence*) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (beta) sebesar 0,889 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$)
2. Variabel pelayanan prima (*service excellence*) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (beta) sebesar 0,484 signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$)
3. Variabel pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas memberikan pengaruh tidak signifikan ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (beta) sebesar -0,237 dengan probabilitas sebesar 0,033 ($p > 0,05$). Oleh sebab itu dilakukan model *trimming* dengan menghilangkan variabel kepuasan pelanggan dan memperoleh nilai koefisien jalur (beta) sebesar 0,484 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan kesimpulan pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tanpa memerlukan variabel perantara kepuasan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Barata, A. A. (2003). Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- [2] Mirandha, H., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh Excellencet Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampak Pada Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) , 1 (20).
- [3] Yunanto, M., Setiono, W., & Medyawati, H. (2012). Responsibilities and Excellencet Service on Customer Satisfaction. IPEDR , 37.
- [4] Senjana, V., Samuel, H., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction&Customer Loyalty di Kafe Excelso Surabaya. Manajemen Pemasaran Petra , 1 (1), 1-15.
- [5] Nilwardono, S. (2006). Faktor Kualitas Jasa Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Berobat Di RSUD DR.Soetomo Surabaya. Jurnal Ekonomi , 6 (1), 93-94.
- [6] Johnston, R. (2004). Toward a Better Understanding Of Service Excellence. Managing Service Quality , 14 (2/3).
- [7] Tjiptono, F. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- [8] Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- [9] Riduwan. (2012). Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis(Analisis Jalur). Bandung: alfabeta.