

**PENGARUH CITRA APOTEK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA SALAH SATU APOTEK DI KOTA YOGYAKARTA**

Yenny Lestari
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

INTISARI

Konsumen yang tidak memiliki informasi yang memadai terkait apotek yang akan dituju cenderung mengandalkan citra apotek. Apabila tidak ingin ditinggalkan oleh konsumennya, pengelola apotek harus menjamin kepuasan konsumen dengan menyajikan pelayanan yang berkualitas, karena apabila konsumen merasa puas, konsumen akan loyal terhadap apotek. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh citra apotek terhadap loyalitas konsumen pada salah satu apotek di Kota Yogyakarta.

Jenis penelitian yaitu observasional dan menggunakan rancangan *cross sectional* dengan metode survei. Sampel dikumpulkan dengan menggunakan teknik *quota sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner pada 224 konsumen yang membeli obat tanpa resep, obat resep, maupun keduanya selama bulan Oktober hingga November 2013. Hasil penelitian menunjukkan citra apotek tertinggi yang melekat pada apotek yang diteliti adalah tersedianya obat yang komplit. Adapun pelayanan yang perlu dipertahankan yaitu pada dimensi *assurance* dan *tangible*, sedangkan yang perlu diperbaiki yaitu pada dimensi *assurance* dan *emphaty*. Kepuasan konsumen apotek berada dalam kategori kurang puas. Dari indikator *word of mouth*, ada 5,6% responden yang tidak loyal dan dari indikator *repurchase intention* tidak terdapat responden yang tidak loyal.

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa citra apotek terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan dengan kontribusi sebesar 33,9%; $R^2 = 0,339$; $\beta = 0,582$.

Kata kunci : citra apotek, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Customer who doesn't have adequate information about the pharmacy usually depend on store image. If the pharmacy's stakeholders won't their customer leave their pharmacy, they should make their customer feel satisfaction with provide a good service quality, because if the customer feel satisfaction, they'll have loyalty. The aim of this study is to identify the impact of pharmacy's store image towards customer loyalty in one of the pharmacies in Yogyakarta.

This is an observational study and using survey method on cross sectional design. The samples were collected using quota sampling. Data was collected from 224 customers who bought prescription's drug, over the counter's drug and both of it during October to November 2013 by questionnaire. The result showed they provide a complete drugs be the highest pharmacy's store image. The stakeholders need to endure their service quality on assurance and tangible, and also need to improve the assurance and empathy. The customers aren't satisfied. By word of mouth indicator, there is 5,6% and repurchase intention there is 0,0% respondents which is have no loyalty.

From the result, the conclusion is the value of pharmacy's store image impact towards customer loyalty was found 33,9%; $R^2 = 0,339$; $\beta = 0,582$.

Key words : Pharmacy's store image, service quality, customer satisfaction, customer loyalty

