

JURNAL SKRIPSI BIDANG KAJIAN MANAJEMEN PEMASARAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN
ULANG (*REPEAT PURCHASING*) OBAT ANTIBIOTIK
PRODUKSI PT. OTTO PHARMACEUTICAL INDUSTRIES
SIDOARJO**

SKRIPSI



**STIE
MAHARDHIKA SURABAYA**

Oleh :

ADINIA MUSTIKA FRISTANTY

16210801

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**STIE MAHARDHIKA
SURABAYA**

Abstrak

Pembelian ulang pelanggan atas produk merupakan suatu yang diharapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan akan berusaha bersaing secara kompetitif untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang baik pada saat menggunakan produk atau jasa yang akan menimbulkan kecenderungan sikap pembelian pelanggan dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan secara berulang ulang. Kenyataan yang terjadi di lapangan bahwa setiap perusahaan farmasi memproduksi obat antibiotik yang komposisi pembuatan obat tersebut sudah terstandarisasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sehingga perlu adanya peningkatan pada hal-hal lain untuk menarik minat pembelian ulang konsumen yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk, cara pelayanan agar pelanggan puas, dan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Adapun obat antibiotik yaitu kelompok obat yang digunakan untuk mengatasi dan mencegah infeksi bakteri. Obat ini bekerja dengan cara membunuh dan menghentikan bakteri berkembang biak di dalam tubuh. Antibiotik tidak dapat digunakan untuk mengatasi infeksi akibat virus, seperti flu. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo, 2) mengetahui Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo, 3) mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo, 4) mengetahui Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Pembelian Ulang (Y), dilihat dari tingkat signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesa pertama dapat diterima dan terbukti kebenarannya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Pembelian Ulang (Y), dilihat dari tingkat signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesa kedua dapat diterima dan terbukti kebenarannya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Pembelian Ulang (Y), dilihat dari tingkat signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesa ketiga dapat diterima dan terbukti kebenarannya, dan menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan demikian hipotesa keempat dapat diterima atau terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu Pembelian Ulang sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% yang dijelaskan oleh variabel lainnya tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Pembelian Ulang.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Setiap perusahaan berlomba-lomba dan bersaing secara ketat untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian dan pembelian ulang atas produk yang dijual oleh perusahaan tersebut. Berbagai strategi dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan konsumen dan meningkatkan pembelian ulang konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil penulis sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo ?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo ?

3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo ?
4. Apakah Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.
2. Mengetahui Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.
3. Mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.
4. Mengetahui Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang (*Reperat Purchasing*) pembelian obat antibiotik produksi PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menguji hipotesis dari data-data yang telah dikumpulkan sesuai dengan teori dan konsep sebelumnya..

B. Populasi dan Sampel

i. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tetap dan masih aktif membeli obat pada PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo sejumlah 918 orang.

ii. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi. Oleh karena itu untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin sebagai alat ukur untuk

menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden.

Jumlah konsumen pada PT. Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo sejumlah 918 orang, tetapi penulis hanya mengambil sampel dengan jumlah, maka penulis menggunakan rumus Slovin agar penelitian dapat lebih mudah.

Untuk lebih jelas rumus Slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{918}{(918) (0,1)^2 + 1} = 100$$

Berdasarkan penelitian ini maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 konsumen.

III. Teknik Pengumpulan Data

Skala yang digunakan untuk mengukur menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2016) Untuk keperluan analisis kuantitatif, skala *Likert* memiliki lima kategori dan nilai atau skor yang dapat diberikan kepada responden diantaranya yaitu:

- a. Sangat setuju (SS) dengan skor 5
- b. Setuju (S) dengan skor 4

- c. Ragu-ragu (RR) dengan skor 3
- d. Tidak setuju (TS) dengan skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1

IV. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kesahihan pernyataan yang dijadikan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan (Ghozali, 2016: 52). Uji validitas dilakukan dengan melihat r_{hitung} dan r_{tabel} dari setiap item pernyataan melalui pengolahan data yang dilakukan dengan program SPSS 21 *for windows*. Setiap item pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2013: 53). Hasil uji validitas dalam penelitian ini dari setiap item pernyataannya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Validitas
1	0,365	0,196	Valid
2	0,380	0,196	Valid
3	0,298	0,196	Valid
4	0,637	0,196	Valid
5	0,572	0,196	Valid
6	0,273	0,196	Valid
7	0,585	0,196	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X₁) yang terdiri dari 7 item pernyataan seluruhnya valid. Hasil tabulasi nilai korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil dari uji validitas tersebut menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel Kualitas Produk dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X₂)

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Pelanggan (X_2)

Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Validitas
1	0,821	0,196	Valid
2	0,802	0,196	Valid
3	0,702	0,196	Valid
4	0,759	0,196	Valid
5	0,802	0,196	Valid

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) yang terdiri dari 5 item pernyataan seluruhnya valid. Hasil tabulasi nilai korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil dari uji validitas tersebut menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

c. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan (X_3)

Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	R Tabel	Validitas
1	0,618	0,196	Valid
2	0,570	0,196	Valid
3	0,725	0,196	Valid
4	0,624	0,196	Valid
5	0,847	0,196	Valid

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_3) yang terdiri dari 5 item pernyataan seluruhnya valid. Hasil tabulasi nilai korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil dari uji validitas tersebut menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis pada maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang Obat Antibiotik Produksi PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang, hal ini sesuai dengan yang dijual oleh perusahaan yaitu obat antibiotik. sehingga sangat dimungkinkan bahwa antibiotik yang diproduksi oleh perusahaan tidak jauh berbeda dengan yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan lain tetapi hal variabel ini juga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

2. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang Obat Antibiotik Produksi PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Pembelian Ulang obat antibiotik. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terbesar jika dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya dalam menumbuhkan minat pembelian ulang pelanggan. Pelanggan merasa bahwa tidak semua perusahaan dapat memberikan kepuasan dengan maksimal dan hal ini merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan pembelian ulang pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang Obat Antibiotik Produksi PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang obat antibiotik. Pelanggan merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo sudah sangat baik dan hal ini yang menyebabkan pelanggan melakukan pembelian ulang obat antibiotik yang diproduksi oleh PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

4. Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Terhadap Pembelian Ulang Obat Antibiotik Produksi PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Obat. Pelanggan merasa variabel-variabel tersebut merupakan faktor utama dalam menumbuhkan minat pembelian ulang obat antibiotik yang diproduksi oleh PT Otto Pharmaceutical Industries Sidoarjo.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Ramli Akbar. 2018. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online. e-Journal Universitas Muhammadiyah Malang.
- Annafik, Aldaan Faikar dan Mudji Rahardjo. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha, Diponegoro*. Journal Of Management Volume 1, Nomor 2 Tahun 2012, Halaman 274-281 Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar. Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basrah dan Samsul Arifin, 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3, No. 1, 2012.
- Endang, Setyowati dan Purwogati Endah. 2017. *The Influence Of Product Quality, Facility And Service Quality Towards Customer Satisfaction: Case Study On Customer Satisfaction Of Warung Apung Maritim Food Stall, West Surabaya*. RJOAS 4(64), April 2017, DOI <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-04.20>.
- Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008. *Filasafat Ilmu dan Metode Riset*, Usu Press, Medan.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gronroos, C. 2016. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chishester: Jhon Wiley and Sond, Ltd.
- Hansemark, Albinsson, (2004) "Customer Satisfaction And Retention: The Experiences Of Individual Employees", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 14 Iss: 1, pp.40 – 57
- Herawati, Titin. 2013. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan hutang, dan Profitabilitas, terhadap nilai perusahaa. *Jurnal. Universitas Negeri Padang*.
- Hendarsono, Gersom dan Sugiono Sugiharto. 2013. *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No. 2 Hal. 1-8, 2013*
- Irawan, Deny dan Japrianto Edwin, 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL. 1, No. 2, (2013) 1-8. Universitas Kristen Petra*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. & Gary Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H., 2012. *Measuring Advertising Effectiveness Mc Graw Hill*, New York.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Nugrahanto, Noor Fajar Rizky et. al. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). E-Journal Universitas Diponegoro Semarang.
- Nurhayati dan Wahyu, W. M. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone*. Value Added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Oetomo, Rahardian Ali dan Rini Nugraheni. 2012. *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*. De Rema Jurnal Manajemen Vol. 2, No. 1 Januari.
- Pratiwi, Setiawati, 2015, Analisis Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Maskapai Garuda Indonesia Di Surakarta
- Putri, Laurensi Hanjani. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. Performa : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1 Nomor 2, Juni 2016.
- Puspitasari, Agnes Niken. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Nokia di Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sari, Rini Kartika, et. al. 2016. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10 No. 2 Mei 2016, h. 115-126.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Wedarini, Ni Made Sintia. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi*. Jurnal Penelitian Ekonomi Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali.
- Wood Ivonne, 2009. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, Sumber Buku dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta; Graha Ilmu
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed*. Mc.Graw-Hill. Boston

1. yang berbeda.

