

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Produk kesehatan kini semakin diminati oleh masyarakat seiring dengan perkembangan zaman, terutama karena kesadaran yang semakin tinggi akan pentingnya menjaga kesehatan serta merupakan upaya dalam mencegah berbagai penyakit. Pengalaman selama pandemi telah mendorong perubahan dalam gaya hidup dan preferensi belanja masyarakat. Hal ini membuat konsumen semakin menyadari pentingnya kesehatan dan lebih selektif dalam memilih produk yang mendukung kesehatan fisik mereka (Santoso dan Dewi 2025).

Menurut Julianty *et al.*, (2021), saat ini masalah kesehatan menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kesadaran masyarakat global, sehingga mereka lebih peduli menjaga kesehatan dan meminimalisir dampak buruk terhadap lingkungan. Selain itu, semakin banyak informasi yang beredar melalui media digital membuat masyarakat lebih rajin mencari dan membandingkan berbagai produk kesehatan sebelum memutuskan membeli. Hal ini memaksa produsen untuk meningkatkan kualitas produk, memberikan informasi yang jelas tentang bahan-bahannya, serta memperbaiki pelayanan agar bisa membangun kepercayaan dari konsumen. Dengan demikian, tren orang membeli produk kesehatan sekarang tidak hanya karena kebutuhan dasar, tetapi juga karena menjadi bagian dari gaya hidup sehat yang berkelanjutan.

Selanjutnya menurut Surhatini (2024), adanya pergerakan sosial dan konsumen yang dikenal sebagai tren wellness dimana seseorang menekankan gaya hidup sehat secara keseluruhan, yang mencakup fisik, mental, emosional, dan sosial. Kesejahteraan bukan hanya tentang menghindari penyakit, tetapi lebih pada upaya aktif untuk mencapai keseimbangan dan kualitas hidup yang optimal. Tren ini mendorong orang untuk membeli barang kesehatan yang membantu mereka menjaga kesehatan mereka secara keseluruhan, seperti suplemen nutrisi, barang alami, alat pemantau kesehatan, dan produk yang membantu manajemen stres dan kesehatan mental. Hal ini memberi pebisnis kesempatan untuk bekerja sama dengan ahli gizi, pelatih kebugaran, dan profesional kesehatan untuk membangun ekosistem kesehatan terpadu yang membantu pelanggan mencapai tujuan kesehatan mereka dengan lebih efisien. Selain itu, pendekatan holistik ini menasar kelompok usia yang lebih luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, tersedia berbagai produk yang disesuaikan dengan mempertimbangkan kebutuhan setiap kelompok usia.

Strategi pemasaran yang efektif mencakup memberikan informasi tentang gaya hidup sehat dan penggunaan produk yang benar. Hal tersebut tidak hanya memberi konsumen berupa produk, tetapi juga pengetahuan untuk hidup lebih sehat. Model bisnis ini membangun hubungan jangka panjang antara merek dan pelanggan serta membuka pasar baru dengan kebutuhan kesehatan khusus. Di Indonesia, beberapa dokter menggunakan YouTube untuk menyampaikan informasi tentang gaya hidup sehat dan

merekomendasikan produk kesehatan. Model pendidikan tersebut yang ditawarkan melalui platform digital dapat membantu masyarakat memahami serta menerapkan program perilaku hidup bersih dan sehat dalam kehidupan sehari-hari (Budiningsih, 2022). Dengan adanya konten yang jelas dapat membantu pelanggan memilih produk kesehatan yang tepat, Selain itu, terdapat juga kolaborasi antara merek dan profesional kesehatan di YouTube dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menjangkau lebih banyak orang yang mencari solusi kesehatan berbasis bukti. Metode pemasaran edukatif dan kolaboratif tersebut sangat efektif dalam meningkatkan penggunaan produk yang mendukung gaya hidup dan kekebalan tubuh, dan pada akhirnya menghasilkan lonjakan pembelian masyarakat. Berikut merupakan data beberapa produk kesehatan yang populer dan paling banyak dibeli tahun 2025:

**Gambar 1. 1 Daftar Produk Kesehatan yang Populer dan Paling Banyak Dibeli Tahun 2025**

PRODUK	ALASAN LARIS
Vitamin C & D3 + Zinc	Dicari untuk tingkatkan imunitas, terutama saat musim pancaroba
Multivitamin untuk Dewasa & Lansia	Untuk dukung energi, daya tahan, dan kesehatan jangka panjang
Suplemen Tidur (Melatonin, Magnesium, Valerian)	Solusi alami untuk insomnia & gangguan tidur
Probiotik & Serat Larut	Untuk kesehatan pencernaan, sering dicari ibu rumah tangga
Minyak Ikan (Omega-3)	Untuk otak, jantung, dan kesehatan mata
Jamu Herbal Kapsul (Temulawak, Kunyit, Sambiloto)	Produk lokal, alami, dan dipercaya turun-temurun
Adaptogen (Ashwagandha, Rhodiola, Moringa)	Untuk atasi stres & kelelahan kronis
Alat Deteksi Mandiri (Tensimeter, Oximeter)	Permintaan tinggi pasca pandemi, untuk pemantauan harian
Suplemen Kecantikan (Collagen, Glutathione)	Dicari usia 25-45, terutama wanita
Vitamin Anak (Syrup & Tablet Rasa Buah)	Praktis, rasa enak, mudah diberikan

Sumber: *VitaLife (2025)*

Di sisi lain, perkembangan regulasi terkait produk kesehatan semakin diperketat untuk melindungi konsumen dari klaim yang menyesatkan dan produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Hal ini sekaligus mendorong pelaku industri untuk lebih bertanggung jawab dan transparan dalam memberikan informasi yang jelas mengenai kandungan dan fungsi produk. Kepercayaan konsumen pun dapat terbangun lebih kuat ketika mereka merasa terlindungi dan mendapatkan produk yang valid secara ilmiah. Pemerintah dan lembaga terkait aktif mengawasi dan memberikan sertifikasi untuk menjamin produk yang beredar di pasar sepenuhnya aman dan memberikan manfaat sesuai yang dijanjikan. Maka dari itu, pelaku industri harus mendaftarkan barang mereka ke Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebelum dijual, yang mencakup evaluasi komposisi bahan, uji keamanan, dan kesesuaian label produk adalah semua bagian dari proses ini (Resmina Sinaga *et al.*, 2025).

Peredaran sediaan farmasi di Indonesia sendiri dapat dipastikan diawasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM mengatur regulasi dari produksi hingga penggunaan oleh masyarakat. Setiap provinsi memiliki BPOM untuk menjaga kualitas dan keamanan sediaan farmasi. Distribusi sediaan farmasi dari industri harus melalui Pedagang Besar Farmasi (PBF), yang menyalurkan sediaan setelah produksi ke fasilitas kesehatan seperti apotek (Mustaqimah *et al.*, 2021). Dengan diperketatnya regulasi BPOM dan meningkatnya tuntutan terhadap keamanan serta validitas ilmiah produk,

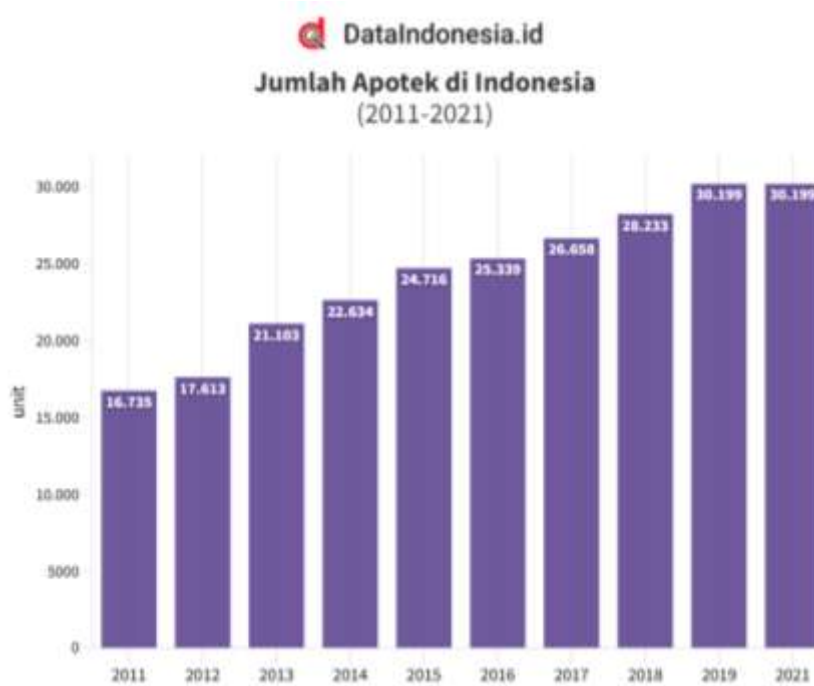
apotek di Indonesia kian berperan penting sebagai titik distribusi akhir obat-obatan yang resmi dan terakreditasi.

Menurut Marbun *et al.*, (2023) pelayanan kefarmasian adalah layanan yang diberikan secara langsung dan penuh tanggung jawab kepada pasien, yang berhubungan dengan sediaan farmasi, termasuk obat-obatan dan produk kesehatan lainnya. Tujuan dari pelayanan ini adalah untuk memperoleh hasil pengobatan yang maksimal serta memperbaiki kualitas hidup pasien. Apotek bukan hanya tempat jual beli obat, tetapi juga memberikan layanan kesehatan, dimana harus memastikan obat berasal dari sumber resmi dan sudah diperiksa oleh BPOM. Regulasi baru mengubah peran apotek dari sekadar penjualan menjadi pusat layanan kesehatan yang memenuhi standar kualitas dan profesionalisme. Apotek di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat baik dari segi jumlah maupun fungsi, hal ini memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan obat yang aman dan berkualitas hingga ke daerah terpencil, serta adanya peran apotek dalam sistem pelayanan kesehatan semakin diperkuat oleh jaringan apotek di kota besar yang terintegrasi dengan klinik atau rumah sakit.

Persaingan antar apotek meningkatkan kualitas layanan dengan ruang yang nyaman, lebih banyak pilihan obat, dan informasi yang baik dari *farmasis*. Dalam hal ini, *Farmasis* bertugas memantau penggunaan obat, memberikan edukasi, dan memastikan pasien patuh pada perawatan. Oleh karena itu, perkembangan apotek di Indonesia sendiri ditandai dengan peningkatan jumlah apotek dan penguatan fungsi profesional dalam

memastikan penggunaan obat yang aman dan efektif. Berikut telah disajikan data jumlah apotek di Indonesia hingga 2021:

**Gambar 1. 2 Jumlah Apotek yang Berkembang di Indonesia**



Sumber: *DataIndonesia.id* (2021)

Menurut Lestari *et al.*, (2022) Pelayanan kesehatan yang berkualitas dimulai dengan penerapan etika manajemen yang tepat, termasuk di dalamnya pelayanan farmasi. Di Indonesia sendiri apotek tidak sekadar beroperasi sebagai entitas bisnis penyedia obat, tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas kesehatan pasien melalui layanan farmasi yang diberikan. Untuk meraih keberhasilan dan menjaga keunggulan di tengah persaingan, apotek perlu menarik serta mempertahankan pelanggan dengan menghadirkan layanan berkualitas, memilih lokasi yang menguntungkan, dan menetapkan harga yang sesuai pasar. Oleh karena itu, apotek harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang perilaku

konsumen di pasar mereka, karena kelangsungan usaha bergantung pada kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya akan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan pencapaian sukses jangka panjang. Selain itu, reputasi yang kuat melalui pelayanan yang berorientasi pada manusia menjadi sebuah keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru. Pendekatan ini menciptakan perbedaan yang khas di dalam pasar yang biasanya lebih fokus pada transaksi, memungkinkan apotek tidak hanya bertahan tetapi juga memimpin persaingan dengan memberikan nilai tambah yang langsung dirasakan oleh konsumen.

Pertumbuhan jumlah apotek di berbagai wilayah Indonesia menunjukkan dinamika pasar kesehatan yang semakin aktif seperti yang terjadi di Madiun, perkembangan ini terlihat jelas dengan banyaknya pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan obat dan layanan konsultasi farmasi. Kondisi ini meningkatkan selektivitas konsumen, di mana aspek seperti lokasi yang nyaman, interaksi personal dengan petugas kefarmasian, efisiensi waktu, variasi produk, dan pertimbangan biaya menjadi hal-hal utama yang diperhatikan. Apotek Sehat Farma yang berlokasi di Jl. Sri Sedani, Dusun Kapasan, Desa Banjarsari, Kec. Madiun, Kabupaten Madiun, Jawa Timur, merupakan salah satu apotek yg paling sering dikunjungi oleh masyarakat sekitar karena dikenal memberikan pelayanan yang ramah dan profesional. Apotek ini menyediakan berbagai jenis obat , produk kesehatan, dan produk herbal lainnya, Apotek Sehat Farma sendiri juga terus berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dari penyesuain lokasi yang strategis dan

dilanjutkan dengan selalu mengutamakan kualitas pelayanan mereka, menyusun harga yang sesuai dan memperbaiki mutu barang yang ditawarkan. Berikut telah disajikan data melalui proses observasi terkait kepuasan konsumen di Apotek Sehat Farma:

**Gambar 1. 3 Data Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma**

No	Kualitas Pelayanan		Lokasi		Harga		Kepuasan Konsumen		
	Keramahan	Pengototan	Strategis	Mudah Diakses	Terjangkau	Pilihan yang Beragam	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
1	✓			✓		✓		✓	
2	✓		✓		✓	✓			✓
3	✓	✓	✓		✓	✓			✓
4		✓	✓		✓			✓	
5	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
6	✓	✓		✓				✓	
7	✓	✓	✓		✓				✓
8		✓		✓		✓	✓		
9	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
10	✓				✓	✓		✓	
11	✓		✓			✓	✓		
12	✓	✓	✓	✓				✓	
13	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
14		✓		✓		✓	✓		
15	✓			✓		✓		✓	

*Sumber: Data Penulis (2025)*

Berdasarkan data mengenai tingkat kepuasan konsumen, terdapat beberapa indikator yang masih berada dalam kategori “cukup”, yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen belum sepenuhnya mencapai tingkat optimal. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara harapan konsumen dan pengalaman yang mereka alami. Kesenjangan ini menjadi alasan utama untuk melakukan analisis lebih mendalam guna mengidentifikasi variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan pemahaman mengenai variabel-variabel utama tersebut, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, keberadaan Apotek Sehat Farma tidak terlepas dari persaingan dengan apotek lain di daerah tersebut, karena banyak apotek yang beroperasi dalam jarak berdekatan dan menawarkan layanan yang hampir serupa. Kondisi ini menimbulkan persaingan bisnis dalam upaya menarik pelanggan, berikut disajikan daftar apotek di daerah tersebut beserta hasil observasi mengenai kualitas pelayanan, kondisi lokasi apotek pesaing, dan persepsi harga:

**Tabel 1.1 Daftar Apotek di Sekitar Apotek Sehat Farma**

Nama	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Harga
Apotek Waloja Farma	Kualitas pelayanan seperti konsultasi obat di apotek ini cukup baik dengan keramahan dan pengetahuan tenaga kefarmasian yang memadai, ditambah lagi terdapat dokter umum juga yang praktek disana, hanya saja ketersediaan produknya terbatas atau bisa dibilang tidak lengkap, selain itu pelayanan seperti pemeriksaan gula darah, kolesterol, asam urat, dan tensi juga tidak disediakan di apotek ini.	Lokasi Apotek tersebut berada di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau, namun, tidak ada lahan parkir yang memadai sehingga kendaraan konsumen terpaksa parkir di pinggir trotoar.	Harga produk kesehatan di Apotek Waloja Farma cukup mahal, dikarenakan stok terbatas jadi tidak memungkinkan apotek untuk berani menjual dengan harga terjangkau.

Apotek Sarimana	<p>Kualitas pelayanan seperti konsultasi obat di apotek ini cukup baik dengan keramahan tenaga kefarmasiannya, namun untuk pengetahuan bisa dibidang masih kurang dikarenakan apotek ini baru beroperasi beberapa bulan ini, jadi untuk pengalaman tenaga kefarmasiannya sendiri masih terbatas. Selanjutnya, untuk ketersediaan produk sudah mencukupi kebutuhan masyarakat meskipun pilihannya tidak banyak, akan tetapi disisi lain apotek ini menyediakan fasilitas seperti cek gula darah, kolesterol, asam urat, dan tensi darah.</p>	<p>Lokasi apotek ini berada di dalam perumahan, walaupun sudah terpasang papan nama sebagai penanda adanya Apotek Sarimana disana, namun konsumen masih sering tidak menyadari keberadaan apotek tersebut ataupun mungkin sudah menyadari namun daya tarik untuk berkunjung masih kurang, dikarenakan aksesnya yang mengharuskan masuk dulu ke perumahan.</p>	<p>Harga produk kesehatan di Apotek ini cukup terjangkau dengan cukup banyaknya pilihan produk yang tersedia.</p>
Apotek Nesia	<p>Kualitas pelayanan seperti proses konsultasi obat di apotek ini cukup baik, dikarenakan pengetahuan dari</p>	<p>Lokasi Apotek tersebut berada di pinggir jalan raya provinsi yang padat lalu lintas sehingga menimbulkan akses</p>	<p>Harga produk kesehatan di Apotek ini cukup terjangkau dengan berbagai pilihan produk</p>

	<p>tenaga kefarmasian yang sudah memadai, namun untuk keramahannya masih kurang. Selanjutnya, untuk stok produknya juga sudah lengkap ditambah dengan adanya pelayanan seperti tes gula darah, kolesterol, asam urat, dan tekanan darah.</p>	<p>yang sulit dan mengharuskan konsumen melakukan penyeberangan yang berisiko.</p>	
--	--	--	--

*Sumber: Data Penulis (2025)*

Beberapa aspek diatas menunjukkan kontras yang signifikan antara Apotek Sehat Farma dan apotek pesaing, dimana beberapa apotek tersebut cenderung menunjukkan kelemahan pada aspek kualitas pelayanan, lokasi, maupun harga produk yang disediakan.

Menurut Gultom, (2024) kepuasan konsumen adalah indikator penting dalam menilai efektivitas produk, layanan, dan keseluruhan pengalaman pelanggan. Kepuasan konsumen adalah emosi positif atau negatif yang dirasakan setelah konsumen mengevaluasi seberapa baik produk atau layanan yang mereka alami dibandingkan dengan ekspektasi mereka sebelumnya. Kepuasan tercipta ketika kinerja yang diterima sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika kinerja yang dirasakan berada di bawah harapan tersebut. (Wattimena, 2023).

Strategi yang efektif perlu diterapkan oleh apotek untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan pelayanan

yang berkualitas dan profesional, memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, serta menetapkan harga produk yang terjangkau. Ketiga aspek ini secara teoritis saling terkait dan mendukung satu sama lain dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang optimal serta memaksimalkan kepuasan konsumen (Amalia *et al.*, 2024). Apotek Sehat Farma sendiri sudah selalu berusaha untuk menerapkan ketiga aspek tersebut secara konsisten agar konsumen merasa puas. Apotek ini memastikan layanan yang baik dan profesional dengan staf yang sudah terlatih serta proses roses pelayanan yang efisien, sehingga konsumen merasa nyaman dan percaya saat bertransaksi.

Masuk ke aspek pertama yaitu kualitas pelayanan, dimana aspek tersebut tidak sekadar formalitas, tetapi harus sesuai dengan standar yang berlaku seperti ISO (*International Organization for Standardization*). Dengan demikian, kualitas pelayanan mencerminkan kesesuaian dengan spesifikasi, bebas dari kekurangan, mampu meningkatkan kepuasan konsumen, memiliki kredibilitas tinggi, dan menjadi kebanggaan bagi penyedia layanan (Sanurdi, 2021). Menurut Marpaung (2021) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan yang bersifat dinamis dan berkaitan erat dengan produk, jasa, individu, prosedut, serta lingkungan sekitar. Penilaian terhadap kualitas pelayanan ini ditentukan pada saat layanan diberikan.

Dalam konteks apotek, kualitas pelayanan meliputi berbagai aspek seperti prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, produk, fasilitas, dan kompetensi petugas. Semua elemen ini berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pasien terhadap layanan yang diberikan oleh apotek.

Kualitas pelayanan di Apotek Sehat Farma sendiri didukung oleh sistem konsultasi yang baik, dimana adanya tenaga kefarmasian yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan yang memadai mampu menjelaskan informasi produk kesehatan dengan cara sederhana dan mudah dipahami, tetapi tetap memenuhi standar kefarmasian.

Selain itu, untuk mengakomodasi mayoritas konsumen yang sudah berumur di daerah tersebut, petugas farmasi juga menggunakan bahasa Jawa halus dan bersikap ramah, sehingga menciptakan rasa nyaman serta hubungan yang dekat secara emosional. Selanjutnya, di Apotek Sehat Farma tersedia berbagai produk kesehatan yang lengkap dengan pilihan harga yang beragam, sehingga tenaga kefarmasian bisa memberikan rekomendasi sesuai dengan kebutuhan pasien, serta apotek ini juga menyediakan layanan pemeriksaan kesehatan rutin seperti pengecekan kadar gula darah, kolesterol, asam urat, dan tekanan darah.

Selanjutnya, aspek lokasi yang merupakan area di mana barang dan jasa dihasilkan oleh perusahaan, memilih lokasi yang tepat untuk bisnis sangatlah krusial karena dapat mendukung pertumbuhan perusahaan dan memengaruhi keputusan konsumen Ramadhani dan Prijati, (2025). Lokasi yang strategis memainkan peran krusial dalam keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Pemilihan lokasi yang tepat adalah faktor utama yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha apotek, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tersebut. (Dahbul *et al.*, 2021).

Dalam aspek lokasi, Apotek Sehat Farma memiliki letak yang sangat strategis yaitu berada di area pasar, yang memungkinkan konsumen untuk berkunjung secara rutin karena dapat membeli obat sekaligus kebutuhan lainnya dalam satu waktu. Apotek ini terletak di perbatasan beberapa desa dan antara Kabupaten dan Kota Madiun, sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Meski berada di perbatasan, apotek ini tidak terletak di jalan raya yang padat. Lokasinya juga dekat dengan praktik dokter gigi dan dokter umum, yang meningkatkan efisiensi layanan resep.

Menurut Sumarsid (2022), Harga adalah nilai yang terkait dengan suatu produk dan memiliki pengaruh besar terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh oleh produsen. Selain itu, harga juga merupakan salah satu elemen penting yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika membuat keputusan pembelian, sehingga penetapannya memerlukan perhatian yang serius. Harga berfungsi sebagai indikator nilai yang mencerminkan kualitas produk di mata konsumen dan memengaruhi persepsi mereka mengenai kesesuaian antara manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Menurut Angriawan (2024), pengelolaan obat yang efisien dan penetapan harga yang tepat memiliki peran krusial dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli obat di apotek, karena keduanya memengaruhi persepsi nilai dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk.

Apotek Sehat Farma menyediakan produk dengan harga yang kompetitif dan terjangkau, serta memiliki stok produk kesehatan yang lengkap dengan berbagai pilihan harga agar bisa disesuaikan dengan

kebutuhan konsumen. Berikut beberapa contoh produk kesehatan beserta harga yang tersedia di Apotek Sehat Farma:

**Gambar 1. 4 Daftar Produk dan Harga di Apotek Sehat Farma**

Nama Obat	Kegunaan	Kisaran Harga (Rp)
Paracetamol	Demam, nyeri ringan	2.000 - 5.000
Ibuprofen	Nyeri, peradangan	3.000 - 7.000
Antasida	Maag, asam lambung	2.500 - 6.000
CTM (Chlorpheniramine)	Alergi, gatal-gatal	1.500 - 4.000
Vitamin C	Imunitas, flu ringan	3.000 - 8.000
Oxytocin (salep)	Luka ringan, infeksi	5.000 - 10.000
Betadine (cair)	Antiseptik luka	8.000 - 15.000
Loperamide	Diare	3.000 - 6.000
Dexamethasone	Alergi, peradangan	5.000 - 12.000
Cetirizine	Alergi	2.000 - 6.000

*Sumber: Daftar Harga Produk Apotek Sehat Farma (2025)*

Harga obat yang bersaing dan transparansi informasi mengenai produk turut berperan dalam meningkatkan kepuasan serta menciptakan persepsi positif konsumen terhadap apotek (Khotimah *et al.*, 2025). Dengan demikian, apotek yang dapat memenuhi harapan konsumen secara komprehensif, baik dalam hal kualitas pelayanan, harga, maupun lokasi, akan meningkatkan tingkat kepuasan. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kunjungan ulang serta rekomendasi dari mulut ke mulut.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan, lokasi yang strategis, dan penetapan harga yang kompetitif dalam memengaruhi kepuasan konsumen, serta berdasarkan hasil observasi di Apotek Sehat Farma, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana ketiga aspek tersebut berkontribusi terhadap kepuasan konsumen di Apotek Sehat Farma. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang peran kualitas pelayanan, lokasi, dan harga diharapkan dapat membantu Apotek Sehat Farma dalam merumuskan

langkah-langkah yang lebih efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga mampu memperkuat posisi apotek di pasar yang semakin kompetitif.

Merujuk pada latar belakang yang telah dijelaskan, penulis memutuskan untuk mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang telah dijabarkan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap

Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi semua pemangku kepentingan dan relevan dengan topik penelitian, antara lain:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan, serta berfungsi sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang dipelajari secara teoritis dalam bidang Ilmu Administrasi Bisnis.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

###### **1.4.2.1 Bagi Penulis**

Penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan, khususnya di bidang pemasaran. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga

terhadap kepuasan konsumen di Apotek Sehat Farma Madiun.

#### **1.4.2.2 Bagi Pihak Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai informasi dan masukan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu Apotek Sehat Farma Madiun dalam menghadapi persaingan bisnis di bidang kefarmasian, terutama dalam hal pentingnya kualitas pelayanan, lokasi, dan harga.

#### **1.4.2.3 Bagi Pihak Lainnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi, ide, serta tambahan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca, termasuk mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk studi-studi lanjutan yang lebih mendalam di bidang yang sama.