JIKB
Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis
(cc) BY-SA
Copyright © 2026 pada penulis
Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)
November-2026, Vol. 17, No.2, hal.12-18
ISSN(P): 2087-3921; ISSN(E): 2598-9715

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Apotek Kiwi Lembang

[1]Candra Yuwanda, [2]Muhammad Sugiharto
[1,2]Universitas Teknologi Digital

Jl. Buah Batu No. 26, Bandung, Jawa Barat 40262
Email: candra11211139@digitechuniversity.ac.id*,
muhammadsugiharto@digitechuniversity.ac.id

Article History:
Diajukan: 16 Juli 2025; Direvisi: 4 Agustus 2025; Accepted: 16 Oktober 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Apotek Kiwi Lembang. Kualitas pelayanan diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner terhadap 65 responden yang telah mengunjungi apotek minimal dua kali. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid dan reliabel. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,437. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Hermawan & Khajar (2024), Triputra & Kadarisman (2024), serta Nurofik et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan, terutama di sektor jasa kesehatan seperti apotek.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, apotek, SERVQUAL, regresi linier

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty at Apotek Kiwi Lembang. Service quality was measured using five SERVQUAL dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. This research used a quantitative descriptive approach with a survey method by distributing questionnaires to 65 respondents who had visited the pharmacy at least twice. Validity and reliability tests showed all questionnaire items were valid and reliable. The results of simple linear regression analysis indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with a significance value of 0.000 and a determination coefficient (R^2) of 0.437. These findings suggest that the better the service quality provided, the higher the level of customer loyalty. This result supports previous research by Hermawan & Khajar (2024), Triputra & Kadarisman (2024), and Nurofik et al. (2022), which stated that service quality is a crucial factor in building customer loyalty, especially in the health service sector such as pharmacies.

Keywords: Service quality, customer loyalty, pharmacy, SERVQUAL, linear regression

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan elemen fundamental dalam membangun hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan pelanggan. Di sektor jasa kesehatan seperti apotek, kualitas pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi indikator utama dalam menciptakan kepuasan, membangun kepercayaan, serta membentuk loyalitas pelanggan. Dalam dunia bisnis modern yang sangat kompetitif, pelanggan tidak hanya

https://doi.org/10.47927/jikb.v17i2.1199
Segala konten dan isi di dalam jurnal disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional

mempertimbangkan harga dan produk, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penyedia jasa, termasuk apotek, dituntut untuk memberikan pelayanan yang unggul dan konsisten guna mempertahankan pelanggan di tengah meningkatnya pilihan layanan serupa.

Fenomena persaingan yang semakin ketat ini dapat dilihat secara nyata di wilayah Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan hasil penelusuran melalui Google Maps (2025), tercatat lebih dari 19 apotek aktif yang tersebar di berbagai titik strategis seperti kawasan pasar, jalan utama, serta area permukiman padat penduduk. Kondisi ini menyebabkan persaingan dalam industri kefarmasian di wilayah tersebut tidak hanya bergantung pada keberagaman produk atau harga obat, tetapi juga pada kemampuan setiap apotek dalam memberikan layanan yang berkualitas, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor pembeda yang signifikan antar penyedia layanan kesehatan.

Apotek Kiwi Lembang merupakan salah satu apotek yang beroperasi di tengah situasi persaingan tersebut. Lokasinya yang berada di area dengan aktivitas masyarakat yang tinggi memberikan peluang besar untuk menjangkau banyak pelanggan. Namun, di sisi lain, hal ini juga menuntut apotek untuk menjaga kualitas pelayanan agar mampu membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi penting karena tidak hanya berdampak pada keberlangsungan usaha, tetapi juga mencerminkan kepuasan dan kepercayaan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Dalam rangka menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung oleh teknik analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini mengadopsi model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al., sebagai alat ukur utama untuk menilai dimensi kualitas layanan. Lima dimensi yang diukur dalam model ini meliputi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi tersebut memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

Sementara itu, pengukuran loyalitas pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Griffin (2005), yang meliputi tiga indikator utama: niat untuk melakukan pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain, dan komitmen untuk tetap memilih layanan meskipun terdapat alternatif lain. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu mengungkap seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Kiwi Lembang terhadap loyalitas pelanggan yang mereka miliki.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi pelayanan di sektor jasa kesehatan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola apotek dan praktisi layanan kesehatan lainnya dalam menyusun kebijakan pelayanan yang lebih fokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan, khususnya di wilayah yang menghadapi persaingan usaha yang cukup ketat seperti Lembang.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Kiwi Lembang. Pendekatan ini bertujuan memberikan gambaran yang terukur dan sistematis terhadap hubungan antara dua variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Kiwi Lembang, dengan kriteria khusus yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian atau kunjungan minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan diperoleh 65 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Variabel independen (X) adalah kualitas pelayanan, yang diukur berdasarkan lima dimensi model SERVQUAL yaitu: keandalan*(reliability)*, daya tanggap*(responsiveness)*, jaminan*(assurance)*, empati*(empathy)*, dan bukti fisik*(tangibles)*(Parasuraman et al., 1988). Variabel dependen (Y) adalah loyalitas pelanggan, yang merujuk pada indikator pembelian ulang,

rekomendasi kepada orang lain, dan kesetiaan terhadap layanan, sebagaimana dijelaskan oleh Griffin (2005).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1–5, di mana skor 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan skor 5 menunjukkan "Sangat Setuju". Kuesioner disebarkan melalui platform digital.

Sebelum dilakukan analisis utama, data diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Validitas diuji menggunakan korelasi antar item (korelasi item-total), sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha, di mana nilai alpha di atas 0,70 menunjukkan bahwa instrumen dinilai reliabel.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX + e \quad (1)$$

Keterangan:
Y = Loyalitas pelanggan
X = Kualitas pelayanan
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
e = Error atau kesalahan residual

Selanjutnya, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan dapat menjelaskan loyalitas pelanggan, serta uji t (parsial) untuk menguji signifikansi pengaruh secara statistik. Seluruh data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian, berdasarkan kategori jenis kelamin dan usia.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	16 orang	24,6%
Perempuan	49 orang	75,4%
Total	**65 orang**	**100%**

Sumber: Olahan data penelitian

Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 75,4%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 24,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Apotek Kiwi Lembang didominasi oleh perempuan.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Persentase
13-22 tahun	43 orang	66,2%
23-35 tahun	9 orang	13,8%
36-50 tahun	13 orang	20,0%
Total	**65 orang**	**100%**

Sumber: Olahan data penelitian

Dari segi usia, responden dikelompokkan menjadi tiga rentang. Mayoritas responden, sebanyak 66,2%, berada dalam rentang usia 13-22 tahun, menunjukkan bahwa pelanggan Apotek Kiwi Lembang didominasi oleh kalangan muda. Sementara itu, 13,8% responden berusia 23-35 tahun, dan 20% berada dalam rentang usia 36-50 tahun.

3.2 Gambaran Umum Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai sejauh mana layanan yang diberikan mampu menjawab atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, aspek kualitas pelayanan dikaji melalui lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Responden diminta untuk menilai tiap pernyataan terkait layanan yang mereka

terima di Apotek Kiwi Lembang. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif, yang mengindikasikan adanya kesan baik terhadap mutu layanan yang diberikan oleh apotek tersebut. Tabel berikut merangkum tanggapan mereka secara rinci.

Tabel 3. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Kualitas pelayanan						
1.	Apotek selalu menyediakan obat sesuai dengan resep atau kebutuhan pelanggan.	13	39	13	0	0
2.	Staf apotek selalu memberikan layanan yang akurat dan sesuai prosedur.	12	44	9	0	0
3.	Saya mengalami kendala dalam mendapatkan obat yang saya butuhkan di Apotek Kiwi Lembang.	8	38	18	1	0
4.	Obat yang tersedia di Apotek Kiwi Lembang selalu dalam kondisi baik dan sesuai standar.	16	45	4	0	0
5.	Staf apotek melayani pelanggan dengan cepat dan sigap.	17	41	7	0	0
6.	Staf apotek dengan ramah menjawab pertanyaan pelanggan terkait produk atau obat-obatan.	16	41	8	0	0
7.	Staf apotek dengan cepat menangani keluhan pelanggan.	14	36	15	0	0
8.	Saya merasa puas dengan kecepatan pelayanan di apotek ini.	16	35	14	0	0
9.	Saya merasa aman dengan rekomendasi obat yang diberikan oleh staf apotek.	12	39	14	0	0
10.	Staf apotek memiliki pengetahuan yang baik tentang produk kesehatan.	13	38	14	0	0
11.	Staf apotek selalu memberikan informasi dengan jelas terkait penggunaan obat.	17	38	10	0	0
12.	Saya percaya bahwa obat yang diberikan oleh apotek ini aman dan terjamin kualitasnya.	12	45	8	0	0
13.	Staf apotek memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan.	11	38	15	1	0
14.	Staf apotek memberikan perhatian yang baik kepada setiap pelanggan.	11	37	16	1	0
15.	Staf apotek memberikan pelayanan yang bersahabat dan tidak terburu-buru.	12	38	15	0	0
16.	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika berkunjung ke apotek ini.	16	39	10	0	0
17.	Apotek ini memiliki lingkungan yang bersih dan nyaman.	12	41	12	0	0
18.	Fasilitas yang tersedia di apotek mendukung kenyamanan pelanggan.	10	38	15	2	0
19.	Kemasan dan penyimpanan obat di apotek ini terlihat bersih dan rapi.	17	39	9	0	0
20.	Apotek memiliki ruang tunggu atau fasilitas lain yang mendukung kenyamanan pelanggan.	11	32	17	4	1

Sumber: Kuesioner penelitian

Responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap kualitas pelayanan di Apotek Kiwi Lembang. Mayoritas menyatakan “Setuju” dan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan terkait keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik. Misalnya, layanan yang sesuai resep, respons cepat, keramahan staf, serta kebersihan apotek mendapat penilaian tinggi. Meski ada sedikit variasi pada aspek ruang tunggu, secara umum pelayanan dinilai memuaskan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Triputra & Kadarisman (2024) yang menunjukkan pengaruh signifikan dari responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini juga diperkuat oleh Hermawan & Khajar (2024), serta Nurofik et al. (2022), yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat membangun loyalitas melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

3.3 Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan mencerminkan keterikatan dan komitmen mereka untuk terus menggunakan layanan Apotek Kiwi Lembang. Dalam penelitian ini, loyalitas diukur melalui aspek kepuasan, frekuensi kunjungan, rekomendasi, kepercayaan, dan komitmen. Sebagian besar responden memberikan tanggapan positif, menunjukkan bahwa mereka merasa puas dan percaya terhadap layanan yang diberikan. Rangkuman hasilnya ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4. Tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Loyalitas pelanggan						
1.	Saya lebih memilih membeli obat di Apotek Kiwi Lembang dibanding apotek lain.	4	40	19	2	0
2.	Saya akan merekomendasikan Apotek Kiwi Lembang kepada teman atau keluarga.	9	40	16	0	0
3.	Saya tetap akan membeli obat di Apotek Kiwi Lembang meskipun ada apotek lain yang menawarkan harga lebih murah.	7	23	32	2	1
4.	Saya lebih memilih Apotek Kiwi Lembang meskipun ada apotek lain yang lebih dekat dengan lokasi saya.	5	24	31	4	1
5.	Saya merasa nyaman untuk terus berbelanja di Apotek Kiwi Lembang dalam jangka panjang.	11	30	23	1	0
6.	Saya akan tetap menjadi pelanggan Apotek Kiwi Lembang meskipun ada perubahan harga atau promosi di apotek lain.	6	22	33	4	0

Sumber: Kuesioner penelitian

Tanggapan responden menunjukkan loyalitas pelanggan cukup positif, meskipun bervariasi. Sebagian besar setuju memilih dan merekomendasikan Apotek Kiwi, namun faktor harga dan lokasi masih memengaruhi keputusan jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Heksiana (2020), Nurofik et al. (2022), dan Niswara (2024) yang menekankan peran kualitas layanan serta faktor eksternal seperti harga dan pengalaman.

3.4 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS, seluruh item pada variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (loyalitas pelanggan) menunjukkan nilai korelasi item total lebih besar dari nilai r tabel (0,244) dan memiliki tingkat signifikan di bawah 0,05. Artinya, semua item tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas pada variabel X yang didapatkan dari kuesioner :

Tabel 5. Hasil uji validitas variabel X

No. pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas pelayanan (X)			
1	0,450	0,244	Valid
2	0,834	0,244	Valid
3	0,587	0,244	Valid
4	0,657	0,244	Valid
5	0,708	0,244	Valid
6	0,802	0,244	Valid
7	0,809	0,244	Valid
8	0,864	0,244	Valid
9	0,824	0,244	Valid
10	0,791	0,244	Valid
11	0,791	0,244	Valid
12	0,720	0,244	Valid
13	0,757	0,244	Valid
14	0,860	0,244	Valid
15	0,730	0,244	Valid
16	0,750	0,244	Valid
17	0,751	0,244	Valid
18	0,787	0,244	Valid
19	0,780	0,244	Valid
20	0,548	0,244	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan pengujian validitas pada variabel X, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam instrumen ini valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (r hitung) yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan nilai r tabel. Dengan demikian, kuesioner ini terbukti valid dan dapat diandalkan sebagai sumber data untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Tabel 6. Hasil uji validitas variabel Y

No. pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Loyalitas pelanggan (Y)			
1	0,833	0,244	Valid
2	0,833	0,244	Valid
3	0,833	0,244	Valid
4	0,833	0,244	Valid
5	0,833	0,244	Valid
6	0,833	0,244	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan uji validitas variabel Y, terungkap bahwa seluruh item kuesioner valid, yang dibuktikan dengan nilai r hitung yang melampaui nilai r tabel. Konsekuensinya, item-item kuesioner ini valid dan dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian mendatang.

3.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana instrumen kuesioner memiliki konsistensi dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian menggunakan Cronbach's Alpha sebagai standar dalam menilai keandalan instrumen. Berikut merupakan tabel hasil dari uji reliabilitas telah diuji pada variabel X (kualitas pelayanan) dan Y (loyalitas pelanggan):

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	20 item pernyataan	0,958	Reliabel
Loyalitas pelanggan (Y)	6 item pernyataan	1,000	Reliabel

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, nilai reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan tercatat sebesar 0,958, sementara untuk variabel loyalitas pelanggan mencapai 1,000. Kedua nilai ini jauh berada di atas ambang batas minimum 0,70, yang artinya seluruh item dalam kuesioner dinilai konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti. Hasil ini juga selaras dengan temuan Hermawan & Khajar (2024) serta Nurofik et al. (2022) yang menunjukkan bahwa instrumen dengan pendekatan serupa memiliki tingkat keandalan yang tinggi dalam mengukur kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap layak untuk melanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,661 a	0,437	0,428	2,801
a. Predictors: (Constant), Total_X				

Sumber: Data olahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,437, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan 43,7% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya (56,3%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

3.7 Persamaan Regresi Linear Sederhana

Tabel 9. Coefficients

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1,472	2,916	-	0,505	0,616
Total_X	0,253	0,036	0,661	6,989	<0,001
a. Dependent Variable: Total_Y					

Sumber: Data olahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = 1{,}472 + 0{,}253X \quad (2)$$

Artinya, setiap peningkatan satu unit skor pada kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,253 poin. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 < 0,05

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.

3.8 **Hasil Uji T (Parsial)**

Nilai signifikansi (Sig.) pada tabel Coefficients sebesar 0,000 dan nilai t hitung yang signifikan menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_1) diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hermawan & Khajar (2024) dan Triputra & Kadarisman (2024) yang menemukan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara statistik memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada sektor kesehatan, khususnya di apotek. Demikian pula, temuan dari Nurofik et al. (2022) menegaskan pentingnya kualitas layanan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui hubungan yang signifikan dan kuat secara statistik.

Dengan demikian, hasil penelitian ini secara empiris memperkuat teori dan temuan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan, khususnya di sektor layanan kesehatan seperti apotek.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Kiwi Lembang, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya dan memperkuat teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama di sektor layanan kesehatan seperti apotek.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Apotek Kiwi Lembang terus meningkatkan kualitas pelayanannya, khususnya pada aspek-aspek yang paling dirasakan langsung oleh pelanggan, seperti kecepatan, keramahan, dan ketepatan layanan. Peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten akan membantu memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya mempertimbangkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, harga, atau kepercayaan, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it.* Jossey-Bass.

Hermawan, A., & Khajar, R. (2024). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di apotek. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 12(1), 45–56.

Nurofik, A., Hidayat, R., & Susanto, T. (2022). Peran kualitas layanan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan pada sektor kesehatan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Kesehatan*, 9(2), 67–78.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Triputra, B., & Kadarisman, A. (2024). Analisis pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap loyalitas pelanggan apotek. *Jurnal Pelayanan Publik dan Kesehatan*, 8(1), 22–34.