

**STRATEGI RETENSI KONSUMEN PADA KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA APOTEK INDAH DI
KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

¹Elzahwa Zakia, ²Adam Latif, ³Haslindah, ⁴Muhammad Rusdi

Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang^{1,2,3,4}

¹zakiaelzahwa@gmail.com, ²adamlatifsaja2017@gmail.com,

³haslindahpratiwi7@gmail.com, ⁴rusdi.ogy@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze customer retention strategies and service quality optimization as competitive advantages at Apotek Indah in Sidenreng Rappang Regency. The study employed a qualitative approach using interviews, observations, and documentation as data collection techniques. The research informants consisted of the pharmacy manager, employees, customers, and surrounding community members selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the customer retention strategy implemented by Apotek Indah is based on customer satisfaction, customer trust, and customer commitment. Customer trust emerged as the most dominant factor in retaining customers, supported by the provision of safe medicines, services tailored to customer needs, and clear and accurate drug information. Furthermore, service quality is optimized through the five SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, with reliability being the most dominant dimension. The results indicate that customer retention strategies and service quality mutually reinforce each other in enhancing customer loyalty and creating a sustainable competitive advantage for Apotek Indah amid increasingly intense competition in the pharmacy industry.

Keywords: Customer retention, service quality, customer loyalty, competitive advantage, pharmacy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi retensi konsumen dan optimalisasi kualitas pelayanan sebagai keunggulan bersaing pada Apotek Indah di Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas penanggung jawab apotek, karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah dilakukan melalui kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, dan komitmen konsumen. Kepercayaan konsumen menjadi faktor yang paling dominan dalam mempertahankan pelanggan karena dibangun melalui penyediaan obat yang aman, pelayanan yang sesuai kebutuhan, serta pemberian informasi obat yang jelas dan akurat. Selain itu, kualitas pelayanan dioptimalkan melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), dengan keandalan sebagai dimensi yang paling dominan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen dan kualitas pelayanan saling mendukung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta menciptakan keunggulan bersaing bagi Apotek Indah di tengah persaingan usaha apotek yang semakin ketat.

Kata Kunci: Retensi konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, keunggulan bersaing, apotek

A. Pendahuluan

Perkembangan industri kesehatan di Indonesia mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan farmasi yang cepat, aman, dan berkualitas. Apotek tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyedia obat, tetapi juga sebagai sarana pelayanan kesehatan yang berperan dalam memberikan informasi, edukasi, dan konsultasi terkait penggunaan obat kepada masyarakat. Seiring dengan bertambahnya jumlah apotek di berbagai daerah, tingkat persaingan antar penyedia layanan farmasi semakin meningkat sehingga setiap apotek dituntut untuk mampu mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan

strategi pemasaran yang tepat. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, kemampuan mempertahankan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan (Kumar, V., & Reinartz 2016).

Retensi konsumen merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian secara berulang dalam jangka panjang. Retensi konsumen menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Menurut (Albérico, R., &

Casaca 2023), customer retention merupakan hasil dari hubungan jangka panjang yang dibangun melalui kepuasan, kepercayaan, dan komitmen pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih kuat serta memiliki kemungkinan yang lebih kecil untuk berpindah kepada pesaing. Selain itu, (Satriawan & Usman 2018) menjelaskan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap retensi pelanggan karena mampu menciptakan hubungan yang lebih stabil dan berkelanjutan antara pelanggan dan perusahaan.

Dalam industri farmasi, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan retensi konsumen. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Model SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* yang menjadi dasar

pelanggan dalam menilai kualitas suatu layanan. Menurut (Gül et al., 2023), kualitas pelayanan yang baik pada apotek komunitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan karena pelanggan cenderung mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan yang mampu memberikan pelayanan profesional, cepat, dan terpercaya. Hasil penelitian (Ibrahim et al., 2024) juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan kesehatan berkontribusi terhadap meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan sehingga mampu memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan.

Kualitas pelayanan yang optimal tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi sumber keunggulan bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing sehingga mampu mempertahankan posisinya di pasar. Menurut (Susanti et al., 2023), keunggulan bersaing dapat tercipta melalui kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan yang unggul, memahami kebutuhan

pelanggan, serta membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan. Sejalan dengan hal tersebut, (Dalimunthe 2017) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu beradaptasi terhadap kebutuhan pasar dan memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan kompetitor akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing bisnis.

Apotek Indah merupakan salah satu penyedia layanan farmasi yang telah beroperasi sejak tahun 2002 di Kabupaten Sidenreng Rappang. Selama lebih dari dua dekade, Apotek Indah telah melayani kebutuhan kesehatan masyarakat melalui pelayanan resep maupun nonresep, konsultasi obat, serta penyediaan berbagai produk kesehatan. Pengalaman operasional yang panjang telah membentuk kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Namun demikian, meningkatnya jumlah apotek di wilayah Kabupaten Sidenreng Rappang menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat sehingga mempertahankan pelanggan menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Apotek Indah.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 14 September 2025, ditemukan bahwa realisasi penjualan Apotek Indah mengalami penurunan selama tiga bulan berturut-turut. Pada bulan Juni 2025 realisasi penjualan tercatat sebesar Rp180.000.000 dari target Rp300.000.000, kemudian menurun menjadi Rp165.000.000 pada bulan Juli 2025 dan kembali turun menjadi Rp150.000.000 pada bulan Agustus 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa target penjualan yang telah ditetapkan belum dapat tercapai secara optimal. Selain itu, hasil wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian pelanggan mulai beralih ke apotek lain karena adanya pertimbangan harga, promosi, maupun alternatif pelayanan yang ditawarkan oleh kompetitor. Situasi ini mengindikasikan bahwa strategi retensi konsumen masih perlu diperkuat untuk menjaga loyalitas pelanggan dan mempertahankan daya saing usaha.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. (Triputra et al., 2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada layanan apotek. (Gultom et al., 2020) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas melalui pembentukan kepercayaan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2025) juga menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan kesehatan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan apotek. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan atau loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji strategi retensi konsumen melalui kualitas pelayanan sebagai upaya menciptakan keunggulan bersaing pada sektor apotek masih relatif terbatas, khususnya pada konteks apotek daerah di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada upaya mengkaji strategi retensi konsumen yang dibangun melalui kepuasan, kepercayaan, dan komitmen pelanggan serta keterkaitannya dengan kualitas pelayanan sebagai

sumber keunggulan bersaing pada Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan atau loyalitas pelanggan secara terpisah, tetapi juga berupaya menjelaskan bagaimana strategi retensi konsumen diterapkan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha farmasi yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang dalam mempertahankan pelanggan serta mengkaji upaya optimalisasi kualitas pelayanan sebagai keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan usaha farmasi yang semakin ketat.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi retensi konsumen pada kualitas pelayanan sebagai keunggulan bersaing di Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali fenomena

sosial secara komprehensif berdasarkan pengalaman, persepsi, serta pandangan informan yang terlibat langsung dalam objek penelitian. Menurut (Kusumastuti, A., & Khoiron 2019), penelitian kualitatif bertujuan memahami suatu fenomena secara mendalam melalui interpretasi terhadap pengalaman, perilaku, dan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa. Sejalan dengan itu, (Ajat Rukajat 2018) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif sangat sesuai digunakan untuk mengkaji fenomena yang membutuhkan pemahaman kontekstual dan eksplorasi yang mendalam terhadap kondisi lapangan.

Penelitian dilaksanakan di Apotek Indah yang berlokasi di Jalan A.P. Pettarani No. 25, Kelurahan Lalebata, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Fokus penelitian diarahkan pada strategi retensi konsumen yang diterapkan melalui kualitas pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan menciptakan keunggulan bersaing. Retensi konsumen dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian secara

berulang melalui pembentukan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen pelanggan (Albérico, R., & Casaca 2023). Sementara itu, kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada lima dimensi SERVQUAL yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang menjadi dasar pelanggan dalam menilai kualitas layanan yang diberikan (Gül et al., 2023).

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono 2023). Informan terdiri atas satu orang penanggung jawab Apotek Indah, dua orang karyawan, lima orang pelanggan, dan dua orang masyarakat sekitar sehingga total informan berjumlah sepuluh orang. Pemilihan informan tersebut dilakukan karena mereka dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait strategi retensi konsumen dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Apotek Indah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan

dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai strategi mempertahankan pelanggan, kualitas pelayanan, serta upaya apotek dalam menghadapi persaingan usaha. Menurut (Sugiyono 2023), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam melalui proses tanya jawab antara peneliti dan informan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas pelayanan, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta kondisi lingkungan apotek. Observasi memungkinkan peneliti memperoleh data faktual yang terjadi di lapangan sehingga dapat melengkapi hasil wawancara (Kusumastuti, A., & Khoiron 2019) Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip, foto kegiatan, catatan pelayanan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut (Miles et al., 2014), reduksi data dilakukan dengan memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan

mengorganisasikan data yang diperoleh dari lapangan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sehingga memudahkan proses interpretasi dan penarikan kesimpulan. Tahap akhir dilakukan melalui verifikasi untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diperoleh benar-benar didukung oleh data yang ditemukan selama penelitian.

Untuk meningkatkan kualitas analisis, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak NVivo 12 sebagai alat bantu pengolahan data kualitatif. Menurut (Paulus et al., 2017), NVivo merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk membantu peneliti dalam mengelola, mengorganisasi, mengode, dan menganalisis data kualitatif secara sistematis. Penggunaan NVivo memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar kategori secara lebih terstruktur sehingga meningkatkan ketelitian dalam interpretasi data. Dalam penelitian ini, NVivo digunakan untuk mengelompokkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam tema-tema penelitian yang meliputi kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen,

komitmen konsumen, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut (Creswell, J. W., & Poth 2018), triangulasi merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian melalui penggunaan berbagai sumber data dan teknik pengumpulan data yang berbeda. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang berfokus pada upaya

mempertahankan pelanggan melalui peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen konsumen. Ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha apotek yang semakin kompetitif. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, pelanggan pada umumnya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek Indah. Kepuasan tersebut terbentuk karena pelayanan yang cepat, keramahan karyawan dalam melayani pelanggan, kenyamanan fasilitas yang tersedia, serta kemampuan karyawan dalam memberikan informasi mengenai penggunaan obat secara jelas dan mudah dipahami. Selain itu, pelanggan juga menganggap bahwa jam operasional yang cukup panjang memberikan kemudahan dalam memperoleh kebutuhan obat dan produk kesehatan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk retensi pelanggan di Apotek Indah. Kepercayaan pelanggan dibangun

melalui konsistensi pelayanan yang diberikan oleh karyawan, jaminan keaslian obat, ketepatan dalam memberikan obat sesuai kebutuhan pelanggan, serta kemampuan staf dalam menjelaskan manfaat dan aturan penggunaan obat secara profesional. Pelanggan menilai bahwa Apotek Indah memiliki reputasi yang baik karena selalu berusaha memberikan pelayanan yang jujur dan dapat dipercaya. Kepercayaan tersebut mendorong pelanggan untuk tetap melakukan pembelian secara berulang meskipun terdapat banyak alternatif apotek lain yang tersedia di wilayah Kabupaten Sidenreng Rappang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Selain kepuasan dan kepercayaan, komitmen konsumen juga menjadi bagian penting dalam strategi retensi pelanggan yang diterapkan oleh Apotek Indah. Komitmen pelanggan terlihat dari keinginan mereka untuk terus menggunakan layanan apotek dalam jangka panjang karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Pelanggan menganggap

bahwa harga produk yang relatif terjangkau, ketersediaan obat yang cukup lengkap, serta hubungan baik yang terjalin antara pelanggan dan karyawan menjadi alasan utama mereka untuk tetap berbelanja di Apotek Indah. Hubungan yang telah terbangun selama bertahun-tahun menciptakan ikatan emosional yang memperkuat loyalitas pelanggan terhadap apotek.

Dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing, Apotek Indah juga mengoptimalkan kualitas pelayanan melalui penerapan lima dimensi SERVQUAL yang meliputi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Pada dimensi bukti fisik, Apotek Indah berupaya menciptakan lingkungan pelayanan yang nyaman melalui kebersihan ruangan, penataan produk yang rapi, serta penyediaan fasilitas pendukung yang memadai bagi pelanggan. Kondisi fisik yang baik memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berada di apotek. Penampilan karyawan yang rapi dan fasilitas pelayanan yang bersih juga menjadi faktor yang mendukung

terbentuknya persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Pada dimensi keandalan, Apotek Indah menunjukkan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tepat, akurat, dan konsisten kepada pelanggan. Karyawan berusaha memastikan bahwa setiap pelanggan memperoleh obat yang sesuai dengan kebutuhan serta mendapatkan informasi yang jelas mengenai penggunaan obat. Keandalan ini menjadi aspek yang paling dominan dalam kualitas pelayanan karena pelanggan menilai bahwa ketepatan pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan mereka. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang konsisten menunjukkan komitmen apotek dalam menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Selanjutnya, pada dimensi daya tanggap, Apotek Indah berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Karyawan menunjukkan kesediaan untuk membantu pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai produk kesehatan

maupun penggunaan obat. Kecepatan pelayanan yang diberikan mampu mengurangi waktu tunggu pelanggan sehingga menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih baik. Sikap responsif tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap apotek.

Pada dimensi jaminan, pelanggan merasa lebih aman dan percaya karena obat yang dijual memiliki kualitas yang terjamin serta berasal dari sumber yang resmi. Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan mengenai obat juga meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Sementara itu, dimensi empati diwujudkan melalui sikap ramah, perhatian, dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Karyawan berusaha memberikan pelayanan yang bersifat personal dengan memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai. Sikap empati tersebut menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pelanggan dan apotek sehingga memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah dilakukan melalui penguatan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen pelanggan yang didukung oleh optimalisasi kualitas pelayanan. Kombinasi antara strategi retensi konsumen dan kualitas pelayanan tersebut menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta menciptakan keunggulan bersaing bagi Apotek Indah di tengah persaingan usaha farmasi yang semakin ketat di Kabupaten Sidenreng Rappang. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya berperan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi juga menjadi strategi utama dalam mempertahankan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang dilakukan melalui tiga aspek utama, yaitu kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, dan

komitmen konsumen. Ketiga aspek tersebut berperan penting dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha apotek yang semakin ketat. Dari ketiga indikator tersebut, kepercayaan konsumen merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk retensi pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga dan kelengkapan produk, tetapi juga lebih mengutamakan keyakinan terhadap kualitas pelayanan dan keamanan obat yang diberikan oleh apotek. Kepercayaan yang tinggi membuat pelanggan merasa aman untuk terus melakukan pembelian berulang dan menjadikan Apotek Indah sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan kesehatan mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Albérico, R., & Casaca 2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan unsur penting dalam relationship marketing karena mampu menciptakan hubungan jangka panjang yang berkelanjutan antara perusahaan dan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan dibangun melalui konsistensi pelayanan, ketepatan pemberian obat, serta kemampuan staf dalam

memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan.

Selain kepercayaan, kepuasan konsumen juga menjadi faktor yang mendukung keberhasilan strategi retensi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan karena adanya pelayanan yang cepat, keramahan karyawan, kenyamanan fasilitas, serta kemudahan memperoleh informasi mengenai penggunaan obat. Kepuasan tersebut mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian dan menggunakan layanan yang tersedia di Apotek Indah. Temuan ini mendukung pendapat (Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi 2020) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena pelanggan yang memperoleh pengalaman positif cenderung mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Komitmen konsumen juga ditemukan sebagai faktor yang

mendukung retensi pelanggan pada Apotek Indah. Komitmen pelanggan terbentuk karena adanya hubungan baik yang telah terjalin antara pelanggan dan pihak apotek selama bertahun-tahun. Pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, harga yang relatif terjangkau, serta ketersediaan obat yang cukup lengkap. Kondisi tersebut mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan apotek meskipun terdapat banyak alternatif apotek lain di wilayah Kabupaten Sidenreng Rappang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Satriawan, N. D., & Usman 2018) yang menjelaskan bahwa komitmen pelanggan memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan. Komitmen yang kuat akan meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk tetap setia dan mengurangi kemungkinan berpindah ke penyedia layanan lain.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah tidak hanya berfungsi sebagai upaya mempertahankan pelanggan, tetapi juga menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas

pelayanan dan memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Kepercayaan, kepuasan, dan komitmen pelanggan saling berkaitan dalam membentuk loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, kepuasan, dan komitmen pelanggan, maka semakin besar peluang Apotek Indah untuk mempertahankan pelanggan sekaligus meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan usaha farmasi yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Apotek Indah mengoptimalkan kualitas pelayanan melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi tersebut menjadi dasar dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan sekaligus membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dari kelima dimensi tersebut, keandalan (*reliability*) merupakan aspek yang paling dominan dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Indah. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam

memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan konsisten menjadi faktor yang paling menentukan dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

Keandalan pelayanan diwujudkan melalui kemampuan staf dalam memberikan obat sesuai kebutuhan pelanggan, menjelaskan penggunaan obat secara tepat, serta memberikan pelayanan yang konsisten kepada setiap pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Gül et al. (2023) yang menyatakan bahwa keandalan pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada sektor farmasi. Pelayanan yang akurat dan dapat dipercaya akan meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan sehingga mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan yang tersedia. Dalam penelitian ini, tingginya tingkat kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan Apotek Indah menunjukkan bahwa keandalan pelayanan menjadi fondasi penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Pada dimensi bukti fisik (*tangibles*), hasil penelitian

menunjukkan bahwa kebersihan ruangan, penataan produk yang rapi, serta tersedianya fasilitas pendukung memberikan kenyamanan bagi pelanggan selama proses pelayanan berlangsung. Kondisi fisik yang baik memberikan kesan profesional dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Hidayat, A. R., & Fitria 2025) yang menjelaskan bahwa lingkungan pelayanan yang nyaman dan fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan kesehatan yang diterima. Oleh karena itu, perbaikan fasilitas menjadi salah satu strategi yang dilakukan Apotek Indah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), Apotek Indah menunjukkan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan sigap terhadap kebutuhan pelanggan. Kecepatan pelayanan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama untuk memperoleh obat maupun informasi

yang dibutuhkan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Ibrahim et al., 2024) yang menyatakan bahwa daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kualitas pelayanan. Pelayanan yang cepat dan responsif mampu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan layanan yang sama.

Pada dimensi jaminan (*assurance*), pelanggan merasa lebih aman karena obat yang dijual berasal dari distributor resmi dan staf memiliki kemampuan yang memadai dalam memberikan informasi mengenai penggunaan obat. Jaminan pelayanan yang baik meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan profesionalitas pelayanan yang diberikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Triputra et al. (2024) yang menjelaskan bahwa jaminan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan karena mampu menciptakan rasa aman selama proses pelayanan berlangsung.

Sementara itu, dimensi empati (*empathy*) diwujudkan melalui sikap ramah, sopan, sabar, dan perhatian

yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan. Pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan selama proses pelayanan sehingga tercipta hubungan yang lebih dekat antara pelanggan dan pihak apotek. Temuan ini mendukung penelitian (Aulya et al., 2025) yang menyatakan bahwa keramahan dan perhatian dalam pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sikap empati yang ditunjukkan oleh karyawan tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Apotek Indah menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing. Kombinasi antara pelayanan yang andal, fasilitas yang nyaman, responsivitas yang tinggi, jaminan kualitas produk, serta empati dalam pelayanan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini memperkuat pendapat (Susanti et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan sumber keunggulan bersaing yang dapat membantu perusahaan

mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis. Dengan demikian, strategi retensi konsumen dan optimalisasi kualitas pelayanan merupakan dua faktor yang saling mendukung dalam membangun loyalitas pelanggan sekaligus menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang.

D. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi retensi konsumen yang diterapkan oleh Apotek Indah Kabupaten Sidenreng Rappang dilakukan melalui kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, dan komitmen konsumen, dengan kepercayaan konsumen sebagai faktor yang paling dominan dalam mempertahankan pelanggan. Kepercayaan tersebut dibangun melalui penyediaan obat yang aman dan berkualitas, pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan, serta kemampuan staf dalam memberikan informasi obat secara jelas dan akurat. Selain itu, Apotek Indah mengoptimalkan kualitas pelayanan melalui dimensi bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan

(assurance), dan empati (empathy), di mana keandalan menjadi aspek yang paling berpengaruh dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi retensi konsumen dan kualitas pelayanan memiliki peran yang saling mendukung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta menciptakan keunggulan bersaing bagi Apotek Indah di tengah persaingan usaha apotek yang semakin ketat di Kabupaten Sidenreng Rappang. Berdasarkan temuan tersebut, Apotek Indah disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek empati dan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang lebih personal, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan dapat terus terjaga dan keunggulan bersaing perusahaan dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ajat Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative*

Research Approach).

- Albérico, R., & Casaca, J. A. 2023. "Relationship Marketing and Customer Retention: A Systematic Literature Review." *Studies in Business and Economics* 18(3):44–66.
- Aulya Putri Cahyani, Andika Prasetya Nugraha, & Rosita Septiani. 2025. "Pengaruh Keramahan, Ketelitian Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Pratama Budi Kemuliaan Batam." *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi* 1(4):1147–1160.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th Ed.)*.
- Dalimunthe, M. B. 2017. "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk." *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 3(1):18–31.
- Gül, İ., Helvacioğlu, E. T., & Saraçlı, S. 2023. "Service Quality, Outpatient Satisfaction and Loyalty in Community Pharmacies in Turkey: A Structural Equation Modeling Approach." *Exploratory Research in Clinical and Social Pharmacy* (12):100361.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. 2020. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan." *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3(2):273–282.
- Hidayat, A. R., & Fitria, I. J. 2025. "Analisis Persepsi Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Kesehatan Apotek Rizqi Farma Di

- Desa Malakasari." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kesehatan* 5(2):1664–1673.
- Ibrahim, A., Fitriani, L., Ruskan, E. L., Sevtiyuni, P. E., & Suarli, P. P. 2024. "Analysis of the Level of Satisfaction with the Quality of Clinical Services Using the SERVQUAL Method." *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering* 7(2):385–396.
- Kumar, V., & Reinartz, W. 2016. "Creating Enduring Customer Value." *Journal of Marketing* 80(6):36–68.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)*.
- Paulus, T. M., Woods, M., Atkins, D. P., & Macklin, R. 2017. "The Discourse of QDAS: Reporting Practices of ATLAS.Ti and NVivo Users with Implications for Best Practices." *International Journal of Social Research Methodology* 20(1):35–47.
- Satriawan, N. D., & Usman, N. 2018. "Effect of Commitment, Trust and Satisfaction on Customer Retention of Honda Motor Products Matic." *Journal of Business & Banking* 8(1):45–57.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. 2023. "MSMEs Performance and Competitive Advantage: Evidence from Women's MSMEs in Indonesia." *Cogent Business & Management* 10(2):2239423.
- Triputra, J., Kadarisman, S., Rahmiyati, A. L., & Paramarta, V. 2024. "Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Apotek Safira Provinsi Papua Barat)." *Innovative: Journal of Social Science Research* (4):8415–8435.