

**DAMPAK SUASANA DAN DURASI TUNGGU TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG PADA APOTEK SUTJI  
YOGYAKARTA**

**Wahyu Wibowo., S.E., M.M<sup>1</sup> ; Fina Triana<sup>2</sup>**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI "YKP"

[Wahyu01@gmail.com](mailto:Wahyu01@gmail.com); [fiana@yahoo.com](mailto:fiana@yahoo.com)

---

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of the atmosphere and the duration of waiting partially and simultaneously on customer repurchases at the Sutji Pharmacy Yogyakarta. The data in this study were obtained by using a questionnaire measuring instrument, the questionnaire used to measure variables using a Likert scale. The type of research used is quantitative research. In data analysis using multiple linear regression frequency distribution. Hypothesis testing tools include t test, determination test, F test, and multiple linear regression. The conclusion in this study is that there is a significant impact on the pharmacy atmosphere and the duration of waiting both partially and simultaneously on customer repurchases at the Sutji Pharmacy Yogyakarta. The atmosphere of the pharmacy and the duration of the waiting contributed to the customer's repurchase of 53.1%, while the remaining 46.9% of the variables were outside the study. Keywords: pharmacy atmosphere, waiting duration, and customer repurchase.*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak suasana dan durasi tunggu secara parsial dan simultan terhadap pembelian ulang pelanggan pada Apotek Sutji Yogyakarta. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan alat ukur kuesioner, kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel dengan menggunakan skala likert. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Pada analisis data menggunakan distribusi frekuensi regresi linear berganda. Alat uji hipotesis meliputi uji t, uji determinasi, uji F, dan regresi linear berganda.

Simpulan dalam penelitian ini adalah ada dampak yang signifikan suasana apotek dan durasi tunggu baik secara parsial maupun secara simultan terhadap pembelian ulang pelanggan pada Apotek Sutji Yogyakarta. Suasana apotek dan durasi tunggu memberikan kontribusi terhadap pembelian ulang pelanggan sebesar 53,1%, sedangkan sisanya sebesar 46,9% dari variabel di luar penelitian.

Kata kunci : *suasana apotek, durasi tunggu, dan pembelian ulang pelanggan.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan apotek yang semakin meningkat memberikan dampak positif bagi masyarakat karena dengan adanya apotek akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan membantu pemerintah dalam menanggulangi masalah pengangguran akan tetapi juga memberikan dampak yang negatif bagi pengusaha karena membuat para pengusaha pemegang apotek berfikir bagaimana menghadapi perkembangan dan persaingan yang semakin ketat dari tahun ke tahun. Faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan apotek adalah lingkungan fisik suatu apotek. Rancangan dan suasana apotek, jasa yang diberikan, dan pajangan barang-barangnya dan pembagian tempat untuk golongan barang semuanya perlu agar apotek dapat memberikan kenyamanan kepada pelanggan, mempertahankan pelanggan, memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan diharapkan terjadinya pembelian ulang pada apotek sehingga apotek mendapat laba dalam operasionalnya. Karakteristik fisik apotek yang digunakan untuk mengembangkan imej dan menarik konsumen terdiri dari beberapa elemen mencakup desain bagian luar, rancangan apotek, penyajian barang dagangan. Faktor suasana dan durasi tunggu akan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap apotek, membantu untuk mempertahankan pelanggan, yang dalam jangka panjang tentu saja akan meningkatkan keuntungan perusahaan, menciptakan kesan dalam benak pelanggan, dan lain-lain. perusahaan, menciptakan kesan dalam benak pelanggan, dan lain-lain. Beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian ulang di apotek berdasarkan uraian di atas adalah suasana apotek, durasi tunggu, dan harga obat di apotek. Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti seberapa besar dampak suasana, durasi tunggu, serta harga obat terhadap pembelian ulang di apotek

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Apotek**

Menurut peraturan menteri kesehatan RI nomor 922/Menkes/per/x/ 1993 dalam UU kesehatan tentang ketentuan dan tata cara pemberian izin apotek, menjelaskan bahwa pengertian tentang apotek yaitu suatu tempat tertentu, tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian dan penyaluran perbekalan farmasi kepada masyarakat.

### **Rancangan Apotek**

Rancangan apotek dan penggunaan perlengkapan tetap yang terdapat didalamnya seharusnya didesain untuk mengarahkan arus konsumen di sekitar apotek dalam rangka

meningkatkan penjualan. Tujuannya adalah mengarahkan konsumen agar mengunjungi bagian-bagian apotek sebanyak mungkin, terutama bagian di mana banyak terdapat barang yang menghasilkan marjin yang tinggi.

### Suasana Apotek

*Store Atmosphere* (suasana toko) merupakan salah satu unsur dari retailing mix yang juga harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Hal ini sangat diperlukan karena *Store Atmosphere* (suasana toko) merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki setiap toko yang selalu diingat dibenak konsumen. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya

#### 1. Durasi Tunggu (Antrian) Apotek

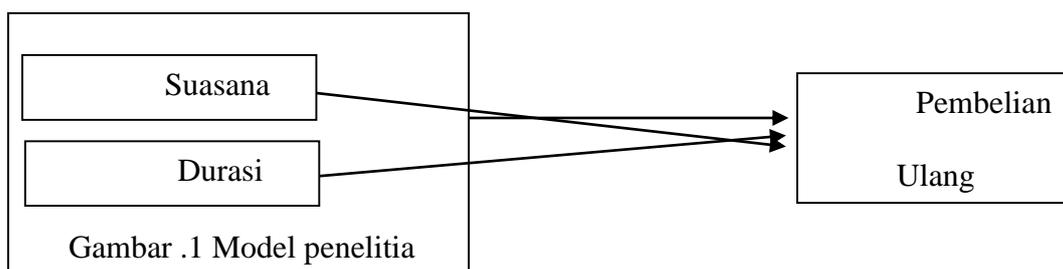
Antrian yang panjang sering kali kita lihat di bank saat nasabah mengantri di *Teller* untuk melakukan transaksi, *Airport* saat para calon penumpang melakukan *Check-In*, di *Supermarket* saat para pembeli antri untuk melakukan pembayaran, di tempat cuci mobil, mobil antri untuk dicuci, di apotek dan masih banyak contoh lainnya. Di sektor jasa, bagi sebagian orang antri merupakan hal yang membosankan dan sebagai akibatnya terlalu lama antri, akan menyebabkan pelanggan kabur. Hal ini merupakan kerugian bagi organisasi tersebut.

#### 2. Pembelian Ulang

Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Menurut ahli pemasaran Don Peppers dan Martha Rogers : Satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan anda adalah nilai yang bersal dari pelanggan, itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan anda miliki di masa depan.

### Kerangka Pikir penelitian

Kerangka demikian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah suasana apotek (X1) dan durasi tunggu (X2) terhadap variabel dependen yaitu pembelian ulang (Y) pelanggan. Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Penelitian Kuantitatif. Mengenai kriteria jenis sampel yang akan dijadikan sampel adalah pria dan wanita berumur 15-50 tahun. Tetapi tujuan utama adalah pelanggan yang dapat dijadikan sebagai sumber data, mengerti akan kuesioner yang diberikan kepada responden guna untuk memperlancar keperluan riset dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan *Sampling Insidental*.

### Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan akan dilakukan analisis lebih lanjut yaitu suasana apotek, durasi tunggu, dan pembelian ulang serta harga obat dapat dijelaskan pada variabel berikut ini:

#### 1. Dimensi suasana apotek

Suasana apotek adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam apotek Sutji Yogyakarta dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Indikator suasana apotek, sebagai berikut :

a. *Eksterior* (bagian luar apotek), dapat diukur dengan :

- 1) *Storefront* (bagian depan apotek)
- 2) *Marquee* (papan nama)
- 3) *Entrances* (pintu masuk)
- 4) *Parking* (tempat parkir)

b. *General Interior* (bagian dalam apotek), dapat diukur dengan :

- 1) *Flooring* (tata letak apotek)
- 2) *Colors And Lighting* (pewarnaan dan pencahayaan)
- 3) *Fixtures* (penyusunan barang)
- 4) *Temperature* (suhu ruangan)
- 5) *Personal* (karyawan apotek)
- 6) *Cash Register* (kasir apotek)
- 7) *Technology/Modernization* (alat pembayaran kredit, debit dll)

- 8) *Cleanliness* (kebersihan apotek)
- c. *Store Layout* (penataan apotek)
- 1) *Allocation Of Floor* (alokasi lantai ruangan)
  - 2) *Product Groupings* (pengelompokan produk)
  - 3) *Traffic Flow* (pola arus lalu lintas pelanggan)
- d. *Interior (Point Of Purchase) Display*
- 1) *Assortment Display* (tersedia obat-obatan dari beberapa merek obat)
  - 2) *Theme-Setting Display* (penataan obat berdasarkan trend penyakit)
  - 3) *Ensemble Display* (pengelompokan obat dan alat kesehatan)
  - 4) *Rack And Cases Display* (rak dan kotak display)
  - 5) *Posters, Signs, And Cards Display* (tanda-tanda yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang lokasi barang di dalam apotek)
2. Dimensi durasi tunggu (antrian)

Antrian adalah ketika para pelanggan (konsumen) menunggu untuk mendapatkan jasa pelayanan. Dan indikator dari durasi tunggu adalah kecepatan dalam pelayanan dan ketepatan dalam melayani.

### Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk variabel suasana apotek ( $X_1$ ), durasi tunggu ( $X_2$ ), dan pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ), mempunyai persamaan rumus regresi linear sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Perhitungan pada analisis regresi berganda menggunakan program *SPSS for Windows* yang hasilnya sebagai berikut :

Tabel 1  
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,081	0,361	-		0,225	,823
X1	0,39	0,134	0,613		2,925	,000
X2	0,188	0,115	0,160		1,628	,107

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Primer Diolah, 2016)

Dari tabel 1 di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,081 + 0,839X_1 + 0,188X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel suasana apotek ( $X_1$ ) dan variabel durasi tunggu ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap pembelian ulang pelanggan di Apotek Sutji.

### Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 2  
Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,735 <sup>a</sup>	0,540	0,531	0,50101
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

(Sumber : Data Primer Diolah, 2016)

Berdasarkan pada tabel di atas koefisien (R) sebesar 0,735 atau 73,5%. Artinya bahwa suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) dengan pembelian ulang pelanggan pada apotek mempunyai hubungan yang cukup kuat, yaitu 73,5%. Dari perhitungan di atas (tabel 4.9) diperoleh Adjusted  $R^2$  sebesar 0,531 atau 53,1%. Artinya bahwa variabel independen yaitu suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen yaitu pembelian ulang pelanggan (Y) sebesar 53,1%, sedangkan sisanya 46,9% merupakan variabel-variabel di luar penelitian.

### Pengujian Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji t untuk mengetahui apakah variabel independen yang ada merupakan penduga yang baik atau tidak bagi variabel dependen secara parsial, dengan menggunakan t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan menggunakan t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan 10%. Untuk menentukan t tabel digunakan rumus sebagai berikut ( $dk$ ) =  $n-1-k$ . Berdasarkan rumus tersebut hasil perhitungan pada  $dk$  ( $100-1-2$ ) = 97

dengan tingkat kepercayaan 90% ( $\alpha = 5\%$ ) uji dua sisi sehingga t tabel sebesar 1,2903. Untuk tabel uji t disajikan sebagai berikut :

Tabel 3  
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,081	0,36		0,225	,823
	X1	,839	0,13	0,613	,250	,000
	X2	,188	0,11	0,160	,628	,107

a. Dependent Variable: Y

1) Dampak suasana apotek ( $X_1$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan (Y)

a) Penentuan hipotesis

$H_0$  : tidak ada dampak yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan (Y).

$H_a$  : ada pengaruh yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan (Y).

b) Pengujian statistik

Berdasarkan tabel 4.10 pengujian statistik menggunakan uji t diperoleh hasil sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 6,250$$

$$t_{tabel} = 1,2903$$

c) Daerah penerimaan dan penolakan

Kriteria pengambilan keputusan :

(1) Jika  $t_{hitung} > 1,2903$ , atau  $t_{hitung} < -1,2903$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

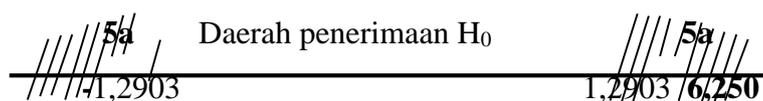
(2) Jika  $-1,2903 < t_{hitung} < 1,2903$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis disajikan pada gambar di bawah ini :

Daerah penolakan  $H_0$

Daerah





Gambar 2

Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$

variabel suasana apotek ( $X_1$ )

d) Kesimpulan

Dari pengujian di atas diperoleh  $t_{hitung} = 6,250 > t_{tabel} = 1,2903$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada dampak yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) terhadap pembelian ulang obat di Apotek Sutji Yogyakarta.

2) Dampak durasi tunggu ( $X_2$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan ( $Y$ )

a) Penentuan hipotesis

$H_0$  : tidak ada dampak yang signifikan durasi tunggu ( $X_2$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ).

$H_a$  : ada pengaruh yang signifikan durasi tunggu ( $X_2$ ) terhadap pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ).

b) Pengujian statistik

Berdasarkan pengujian statistik menggunakan uji t diperoleh hasil sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 1,628$$

$$t_{tabel} = 1,2903$$

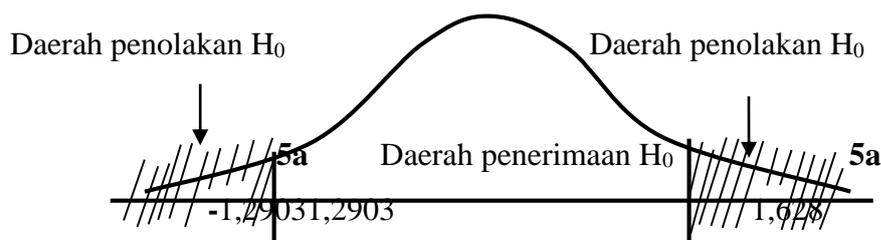
c) Daerah penerimaan dan penolakan

Kriteria pengambilan keputusan :

(1) Jika  $t_{hitung} > 1,2903$  , atau  $t_{hitung} < -1,2903$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

(2) Jika  $-1,2903 < t_{hitung} < 1,2903$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis disajikan pada gambar di bawah ini :



Gambar 3

Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$  variabel

Durasi tunggu ( $X_2$ )

## e) Kesimpulan

Dari pengujian di atas diperoleh  $t_{hitung} = 1,628 > t_{tabel} = 1,2903$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada dampak yang signifikan durasi tunggu ( $X_2$ ) terhadap pembelian ulang obat di Apotek Sutji Yogyakarta.

## b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang ada merupakan penduga yang baik atau tidak bagi variabel dependen secara menyeluruh.

## 1) Penentuan hipotesis

$H_0$  : tidak ada dampak yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) secara simultan terhadap pembelian ulang pelanggan (Y).

$H_a$  : ada dampak yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) secara simultan terhadap pembelian ulang pelanggan (Y).

## 2) Pengujian statistik

Tabel 4.  
Uji Simultan (uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,604	2	14,302	5,1	,000 <sup>b</sup>
	Residual	24,348	97	,251	0,	
	Total	52,952	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

(Sumber : Data Primer Diolah, 2016)

Berdasarkan tabel di atas, pengujian statistik menggunakan uji F ini memperoleh hasil bahwa  $F_{hitung} = 56,978$  sedangkan  $F_{tabel}$  pada  $df_{penyebut} = n-k$  atau  $df_{penyebut} = 100-2 = 98$  dan  $df_{pembilang} = k+1$  atau  $df_{pembilang} = 2+1 = 3$  sebesar 2,141 pada tingkat signifikan 10%.

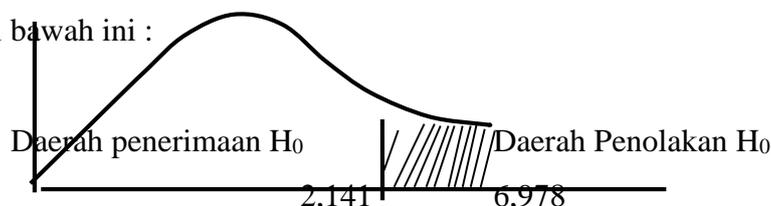
## 3) Daerah penerimaan dan penolakan

Kriteria pengambilan keputusan :

a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima.

b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak

Secara visual daerah penerimaan dan penolakan hipotesis disajikan pada gambar di bawah ini :



Gambar 4

Daerah penolakan dan penerimaan  $H_0$

## 4) Kesimpulan

Dari pengujian di atas di peroleh  $F_{hitung} = 56,978 > F_{tabel} = 2,141$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) secara simultan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Sutji Yogyakarta.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis butir instrumen untuk uji validitas diperoleh variabel suasana apotek ( $X_1$ ) yang terdiri terdiri atas 13 butir pertanyaan, durasi tunggu ( $X_2$ ) terdiri atas 6 butir pertanyaan, dan pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ) terdiri atas 5 butir pertanyaan, tidak ada butir pertanyaan yang gugur, artinya semua memenuhi kriteria yaitu tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ).

Berdasarkan hasil analisis butir instrumen untuk uji reliabilitas diperoleh variabel suasana apotek ( $X_1$ ), durasi tunggu ( $X_2$ ), dan pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ), tidak ada butir pertanyaan yang gugur, artinya semua butir pertanyaan memenuhi kriteria korelasi hasil perhitungan ( $r_{xy}$ ) yaitu *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai *Rule Of Thumb* yaitu 0,6.

Berdasarkan analisis data kuantitatif untuk regresi linear berganda diperoleh bahwa variabel suasana apotek ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap pembelian ulang pelanggan di Apotek Sutji yang artinya jika suasana apotek yaitu warna dinding, kebersihan, suhu ruangan, dll memberikan kenyamanan maka konsumen akan membeli kembali pada Apotek Sutji. Dan variabel durasi tunggu ( $X_2$ ) juga mempunyai pengaruh

yang positif terhadap pembelian ulang pelanggan pada Apotek Sutji yang artinya jika pelayanan yang diberikan cepat dan tepat maka konsumen akan kembali membeli pada Apotek Sutji.

Pada analisis data kuantitatif untuk uji korelasi atau nilai R adalah 0,735 diperoleh bahwa suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) sebagai variabel independen dengan pembelian ulang (Y) sebagai variabel dependen pada apotek mempunyai hubungan yang cukup kuat dan bernilai positif artinya semakin tinggi variabel independen (suasana apotek dan durasi tunggu) maka variabel dependen (pembelian ulang) akan semakin tinggi pula.

Sedangkan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* diperoleh sebesar 53,1%. Artinya bahwa variabel independen yaitu suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen yaitu pembelian ulang pelanggan (Y) sebesar 53,1%, sedangkan sisanya sebesar 46,9% merupakan variabel-variabel di luar penelitian ini.

Pada analisis data kuantitatif untuk pengujian hipotesis uji t suasana apotek ( $X_1$ ) diperoleh bahwa ada dampak yang signifikan suasana apotek ( $X_1$ ) terhadap pembelian ulang obat di Apotek Sutji Yogyakarta, yang artinya salah satu faktor yang menjadi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada Apotek Sutji adalah suasana apotek. Suasana apotek seperti kebersihan ruangan, warna cat dinding, tempat parkir, pintu masuk, penataan obat dan lain-lain berpotensi menarik konsumen untuk melakukan pembelian kembali pada apotek. Hal ini sama dengan pendapat, Levy dan Weits (2001) menyatakan bahwa suasana toko merupakan penciptaan suasana toko melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian. Dan hasil penelitian terdahulu, salah satunya yaitu Meldarianda dan Lisan (2012) dalam penelitiannya Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Cafe Atmosphere* Bandung. Hasil penelitian bahwa ada pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada *Resort Cafe Atmosphere* Bandung.

Untuk pengujian hipotesis uji t durasi tunggu ( $X_2$ ) diperoleh bahwa ada dampak yang signifikan durasi tunggu ( $X_2$ ) terhadap pembelian ulang obat di Apotek Sutji Yogyakarta, yang artinya durasi tunggu merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kembali pada Apotek Sutji. Durasi tunggu berkaitan dengan waktu yang digunakann untuk pelayan obat resep dan nonresep, waktu yang

digunakan untuk melakukan pembayaran, dan waktu yang digunakan dalam memberikan informasi obat. Semakin cepat dalam melayani, waktu tunggu konsumen di dalam apotek semakin sedikit. Sehingga konsumen tidak antri lama untuk mendapatkan obat yang dibutuhkan. Hal ini sama dengan pendapat Wijoyo (1999) pasien akan menganggap pelayanan kesehatan buruk apabila sakitnya tidak sembuh-sembuh, antri lama, dan petugas kesehatan yang tidak ramah meskipun profesional. Dan juga sama dengan beberapa penelitian terdahulu salah satunya adalah Utami (2013) dalam penelitiannya Hubungan Waktu Tunggu Pelayanan Rawat Jalan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien RSUD Assalam Gemolong. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara waktu pelayanan rawat jalan dengan kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Assalam Gemolong. Dan untuk pengujian hipotesis uji F diperoleh bahwa suasana apotek ( $X_1$ ) dan durasi tunggu ( $X_2$ ) memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap pembelian ulang pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Sutji Yogyakarta.

## **KESIMPULAN**

1. Salah satu yang mempengaruhi secara signifikan dan positif pembelian ulang pada Apotek Sutji Yogyakarta adalah suasana apotek. Suasana apotek seperti kebersihan ruangan, warna cat dinding, tempat parkir, pintu masuk, penataan obat dan lain-lain berpotensi menarik konsumen untuk melakukan pembelian kembali pada apotek hal ini disebabkan dengan menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Selain suasana apotek, durasi tunggu juga mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap pembelian ulang pada Apotek Sutji Yogyakarta. Durasi tunggu berkaitan dengan waktu yang digunakan untuk pelayan obat resep dan nonresep, waktu yang digunakan untuk melakukan pembayaran, dan waktu yang digunakan dalam memberikan informasi obat. Semakin cepat dalam melayani, waktu tunggu konsumen di dalam apotek semakin sedikit. Sehingga konsumen tidak antri lama untuk mendapatkan obat yang dibutuhkan.
3. Dengan suasana apotek yang nyaman dan durasi tunggu yang sedikit maka dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada apotek.

**DAFTAR PUSTAKA**

Amirullah, 2002, *Perilaku Konsumen*, Graha Ilmu, Indonesia.

Anaviro, 2011, *Skripsi Model Antrian Satu Server Dengan Pola Kedatangan Berkolompok (Batch Arrive)*, Jurusan Pendidikan Matematika Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Uny. [www.eprints.uny.ac.id](http://www.eprints.uny.ac.id).

Bawono, Anton, 2006, *Multivariate Analysis Dengan Spss*, Stain Salatiga Press, Jawa Tengah.

Berman, Barry And Joel R. Evans, 1992, *Retail Management*, Fifth Edition, USA: Macmillian Publishing Company.

Briliana, Vita, 2010, *Analisis Pengaruh Service Quality, Customer To Customer Interaction Dan Service Atmosphere Terhadap Saticfaction Firm*, Jurnal Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 12 No. 2, Hal.107-118, [www.stietrisakti.ac.id](http://www.stietrisakti.ac.id).

Indriantoro, Nur, Dan Bambang Supomo, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi 1, Bpfe, Yogyakarta.

Irawan, Achmad Ardi. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Apotek) Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Yang Berbelanja Di Giant Hypermarket, Mall Olympic Garden Kota Malang)*. [www.elibrary.ub.ac.id](http://www.elibrary.ub.ac.id).

Keputusan Menteri Kesehatan No. 679/Menkes/Sk/V/2003 Tentang Peraturan Registrasi Dan Izin Kerja Asisten Apoteker.

Khamardi, Muhamad Arifan, Lindawati, Dahliana Kamener, 2013, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Produk Pada Distro Tengkelek Di Kota Padang*, [www.ejurnal.bunghatta.ac.id](http://www.ejurnal.bunghatta.ac.id).

Kotler, Philip, Dan Kevin, Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Kurniawan, Denny, Yohanes Sondang Kunto, 2013, *Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya*, Manajemen Pemasaran Petra Vol.1, No.2, Hal. 1-8. [www.studentjournal.petra.ac.id](http://www.studentjournal.petra.ac.id).

Lamb, Hair, Dan Mcdaniel, 2001, *Pemasaran*, Edisi Kelima, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta.

Meldarianda, Resti, Hengky Lisan S., 2010, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*, *Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)*, Vol.17, No.2, Hal. 97-108. [www.jurnal.pdii.lipi.go.id](http://www.jurnal.pdii.lipi.go.id).

Prabowo, Fajar, Tri Bodroastuti, 2012, *Penentuan Jumlah Teler Yang Optimal Berdasarkan Metode Antrian*, [www.jurnal.widyamanggala.ac.id](http://www.jurnal.widyamanggala.ac.id).

Samsir, Ranti Mustika, 2010, *Analisis sistem antrian teller pada PT. Bank Riau cabang Utama Pekanbaru*, [www.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/801](http://www.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/801).

Seto, Soerjono, Yunita, Nita, Dan Lily Triana, 2012, *Manajemen Farmasi*, Edisi 3, Airlangga University Press, Surabaya.

Sugiono, 2013, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sumarwan, Ujang, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi 2, Ghalia Indonesia, Bogor.

Taha, H, 1997, *Riset Operasi*, Terjemahan Daniel Wirajaya, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi, Yogyakarta.

Wahyuni, Yuyun, 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis Bidang Kesehatan*, Fitramaya, Yogyakarta.

Wijono, D, 1999, *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*, Airlangga, Surabaya.

Yistiani, Ni Nyoman Manik, Ni Nyoman Kerti Yasa, I G. A. Ketut Gede Suasana, 2012, *Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar*, *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, [www.ojs.unud.ac.id](http://www.ojs.unud.ac.id).