

## ABSTRAK

Bisnis apotek mengalami perkembangan yang pesat dalam satu dekade terakhir ini, mengingat orang selalu membutuhkan apotek untuk menunjang kesehatan mereka. Hal ini menyebabkan persaingan di dalam bisnis apotek akan semakin ketat, di mana masing-masing apotek berlomba memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Pelanggan sekarang juga semakin kritis terhadap pelayanan yang mereka dapatkan. Dengan semakin banyaknya pilihan, mereka juga semakin leluasa untuk menentukan apotek yang memberikan pelayanan terbaik untuk mereka. Demikian pula yang terjadi pada Apotek Pontjol, di mana banyak pelanggan yang pindah ke apotek lain. Hal ini disebabkan terjadinya penurunan kepercayaan pelanggan yang menyebabkan terjadinya juga penurunan kesetiaan pelanggan.

Dari permasalahan di ataslah yang mendasari dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan yang nantinya dapat mempengaruhi kesetiaan mereka terhadap suatu penyedia jasa layanan apotek. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan tiga buah hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan bantuan *software* AMOS. Responden yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari pelanggan Apotek Pontjol yang berjumlah 109 responden.

Hasil dari pengolahan data SEM telah memenuhi kriteria *goodness of fit*, di mana nilai *chi square* = 129,204; *Probability* = 0,173; GFI = 0,886; AGFI = 0,849; TLI = 0,986; CFI = 0,988; CMIN/DF = 1,124; RMSEA = 0,034. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi pelanggan. Selanjutnya kepercayaan pelanggan yang semakin tinggi akan meningkatkan kesetiaan pelanggan.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, persepsi pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan**