

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK JUNREJO BATU**

SKRIPSI

Oleh:

NORMA ENDANG DH

NIM. 14670053



PROGRAM FARMASI

FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI I MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2021

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK JUNREJO BATU**

SKRIPSI

Oleh:

NORMA ENDANG DH

NIM. 14670053

Diajukan Kepada:

Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Farmasi (S.Farm)**

PROGRAM FARMASI

FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK JUNREJO BATU**

SKRIPSI

Oleh:

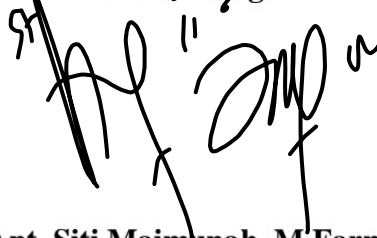
NORMA ENDANG DH

NIM. 14670053

Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji :

Tanggal : 28 Desember 2020

Pembimbing I




Apt. Siti Maimunah, M.Farm
NIP. 19870408 20160801 2 084

Pembimbing II



Fidia Rizkiah Inayatillah, S.ST, M.Keb
NIP. 19851209 200912 2 004

**Mengetahui,
Ketua Prodi Farmasi**



Apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm
NIP. 19761214 200912 1 002

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK JUNREJO BATU**

SKRIPSI

Oleh:

NORMA ENDANG DH

NIM. 14670053

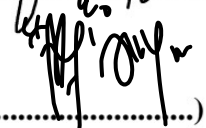
**Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji Skripsi Dan Dinyatakan
Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Farmasi (S. Farm)**

Tanggal, 28 Desember 2020

**Ketua Penguji :1 . Fidia Rizkiah Inayatilah, S.ST, M.Keb
NIP. 19851209 200912 2 004**

(.....


**Anggota 1. Apt. Siti Maimunah, M.Farm
NIP. 19870408 20160801 2 084**

(.....



**2. Apt. Ach. Syahrir, M.Farm
NIP. 19660526 20180201 1 206**

(.....


**3. Ach. Nashichuddin, MA
NIP. 19730705 200003 1 002**

(.....


**Mengetahui,
Ketua Prodi Farmasi**


Apt. Abdul Hakim, M.P.I., M. Farm
NIP. 19761214 200912 1 002

MOTTO

**TIDAK ADA KESUKSESAN
MELAINKAN PERTOLONGAN ALLAH**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Norma Endang DH

NIM : 14670053

Jurusan : Farmasi

Fakultas : Kedokteran dan Ilmu Kesehatan

Judul Penelitian : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Junrejo Batu

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan data, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber cuplikan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 28 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Norma Endang DH

NIM. 14670053

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia atas seluruh hambanya. Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada Rasulullah SAW, kesejahteraan semoga terlimpah kepada keluarga, sahabat serta orang-orang yang beriman. Dengan terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Junrejo Batu”**, dengan penuh rasa hormat perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M,Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. dr. Yuyun Yueniwati P.W,M.KES, Sp.Rad (K), selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan.
3. Ibu Dr. Apt. Roihatul Mutiah, S.F. M.Kes, selaku Wakil Dekan I sekaligus dosen wali terima kasih atas bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
4. Bapak Ach. Nashichuddin, MA, selaku Wakil Dekan II sekaligus penguji agama
5. Bapak Dr. Imam Sujarwo, M.Pd, selaku Wakil Dekan III
6. Bapak Apt. Abdul Hakim, M.P.I.,M.Farm selaku Ketua Prodi Farmasi

7. Ibu Apt. Yen Yen Ari Indrawijaya, M.Farm.Klin selaku Sekretaris Prodi Farmasi.
8. Bapak Apt. Ach. Syahrir, M. Farm selaku penguji utama
9. Ibu Apt. Siti Maimunah, M.Farm selaku pembimbing utama yang memotivasi penulis untuk menguasai materi-materi dalam skripsi.
10. Ibu Fidia Rizkiah Inayatilah, S.ST, M.Keb selaku pembimbing kedua atas bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
11. Segenap sivitas akademika jurusan Farmasi, terutama seluruh dosen, terima kasih atas segenap ilmu dan bimbingannya.
12. Ibu Apt. Riska Amelia Hanum S.Farm selaku Apoteker di Apotek Junrejo Batu sekaligus Pemilik apotek, terima kasih atas diberikan ijin untuk penelitian di apotek
13. Bapak Ahmad Sulaiman dan Ibu Siti Hawa, yang senantiasa memberikan doa dan restunya kepada penulis dalam menuntut ilmu
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas inspirasi dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung

Selanjutnya dengan senang hati penulis menerima segala kritik dan saran-saran yang sifatnya membangun dalam hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 28 Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN KEASLIAN TULISAN.....	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Apotek	7
2.1.1 Apotek Junrejo.....	11
2.2 Pelayanan Kefarmasian	11
2.3 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek	13
2.4 Kualitas Pelayanan	14
2.5 Kepuasan Konsumen	18
2.6 Perintah Allah Untuk Bebuat Kebaikan	27
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL.....	29
3.1 Kerangka Konsep	29
3.2 Uraian Kerangka Konsep	30

BAB IV METODE PENELITIAN	31
4.1 Jenis dan Rancangan Penelitian.....	31
4.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
4.2.1 Waktu Penelitian	31
4.2.2 Tempat Penelitian.....	31
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
4.3.1 Populasi	31
4.3.2 Sampel	32
4.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
4.3.4 Besar Sampel	32
4.4 Instrumen Penelitian.....	33
4.5 Analisis Servqual	35
4.6 Customer Satisfaction Index (CSI)	36
4.7 Variabel dan Definisi Operasional	37
4.7.1 Variabel penelitian	37
4.7.2 Definisi Operasional.....	37
4.8 Uji Validitas.....	46
4.9 Uji Reliabilitas.....	46
4.10 Prosedur Penelitian.....	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
5.1 Pengujian Instrumen	48
5.1.1 Uji Validitas.....	48
5.1.2 Uji Reliabilitas	50
5.2 Karakteristik Konsumen	51
5.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	51
5.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	52
5.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	53
5.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	54

5.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kunjungan	55
5.3 Analisis Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep	56
5.3.1 Perhitungan Nilai Harapan Konsumen	56
5.3.2 Perhitungan Performance Yang Diterima Konsumen	57
5.4 Perhitungan Nilai Servqual	58
5.5 Costumer Satisfaction Index	66
5.6 Hasil Analisis Diagram Kartesius.....	67
5.7 Melayani Konsumen Dalam Pandangan Islam.....	73
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	74
6.1 Simpulan	74
6.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Skala Likert.....	34
Tabel 4.2 Kriteria Kualitas Pelayanan	35
Tabel 4.3 Indeks Kepuasan Konsumen.....	37
Tabel 4.4 Definisi Operasional	38
Tabel 4.5 Tingkat Keandalan <i>Cronbach Alpha</i>	47
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 5.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	52
Tabel 5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 5.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kunjungan	55
Tabel 5.8 Nilai Harapan Konsumen.....	57
Tabel 5.9 Performance Yang Diterima Konsumen.....	58
Tabel 5.10 Nilai GAP Dimensi Servqual.....	59
Tabel 5.11 Nilai GAP Atribut Dimensi	60
Tabel 5.12 GAP Atribut Dimensi Bukti Langsung.....	62
Tabel 5.13 GAP Atribut Dimensi Keandalan	63
Tabel 5.14 GAP Atribut Dimensi Daya Tanggap.....	64
Tabel 5. 15 GAP Atribut Dimensi Jaminan	65
Tabel 5.16 GAP Atribut Dimensi Empati.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius	23
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 5.1 Diagram Karteius	68
Gambar 5.2 Hasil Analisis Diagram Kartesius.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penjelasan Sebelum Penelitian

Lampiran 2 Informed Consent

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Data Demografi Responden

Lampiran 7 Lembar Pengumpul Data

Lampiran 8 Gambar Penelitian

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK JUNREJO BATU

ABSTRAK

Endang, Norma. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Junrejo Batu. Skripsi Jurusan Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Ilmu Kesehatan. Pembimbing I: Apt Siti Maimunah M.Farm. Pembimbing II: Fidia Rizkiah Inayatilah, S.ST, M.Keb. Konsultan : Apt Ach. Syahrir, M.Farm.

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dirasakan terhadap kinerja produk yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek Junrejo Batu. Penelitian ini dilakukan di apotek Junrejo Batu. Pengambilan data dilakukan pada bulan April – Juni 2020. Tingkat kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan model *SERVQUAL* terhadap lima dimensi kualitas layanan yaitu dimensi bukti langsung (*tangibles*), dimensi kehandalan (*reliability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dan dimensi empaty (*empaty*). Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep berdasarkan bukti langsung (*tangible*) belum puas dengan nilai rata-rata GAP sebesar -0,33, (2) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep berdasarkan kehandalan (*reliability*) belum puas dengan nilai rata-rata GAP sebesar -0,36, (3) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas obat tanpa resep berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) belum puas dengan nilai rata-rata GAP sebesar -0,95, (4) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep berdasarkan jaminan (*assurance*) belum puas dengan nilai rata-rata GAP sebesar -0,26, (5) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep berdasarkan empati (*empaty*) belum puas dengan nilai rata-rata GAP sebesar -0,3. Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi empati (*empaty*) dengan nilai kesenjangan sebesar -0,3. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah atribut 11 (-0,4). Analisis data menggunakan indeks kepuasan konsumen (CSI) untuk mengetahui kepuasan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa Customer Satisfaction Indeks (CSI) berada pada level 86,59% yang berarti nilainya berada pada kategori sangat puas. Atribut yang terpetakan pada diagram kartesius terbanyak adalah pada kuadran B.

Kata Kunci : Kepuasan konsumen, Pelayanan obat tanpa resep, GAP, CSI

ANALYSIS OF THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS
THE QUALITY OF DRUG SERVICES NON-RECEPTION IN JUNREJO
BATU Pharmacy

Endang, Norma. Analysis of Consumer Satisfaction Level of Service Quality of Non-Prescription Medicines at Junrejo Batu Pharmacy. Thesis Department of Pharmacy, Faculty of Medicine and Health Sciences. Advisor I: Apt. Siti Maimunah, M.Farm. Advisor II: FidiaRizkiahInayatilah, S.ST, M.Keb. Consultant: Apt. Ach. Syahrir, M.Farm.

Pharmacy is a pharmaceutical service facility where pharmacists practice pharmacy. Consumer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment for someone who appears after comparing the performance or perceived product results against the expected product performance. This study aims to determine the level of customer satisfaction with the service quality of over-the-counter drugs at Junrejo Batu pharmacies. This research was conducted at the Junrejo Batu pharmacy. Data collection was carried out in April - June 2020. The level of customer satisfaction is measured using the SERVQUAL model on the five dimensions of service quality, namely the tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy dimensions. The results showed that: (1) the level of customer satisfaction with the service quality of non-prescription drugs based on direct evidence (tangible) was not satisfied with GAP value of -0.34, (2) the level of satisfaction Consumers for service quality of non-prescription drugs based on reliability are not satisfied with GAP value of -0.36, (3) the level of consumer satisfaction with the quality of non-prescription drugs is based on responsiveness not satisfied with GAP value of -0.95, (4) the level of customer satisfaction with the service quality of non-prescription drugs based on assurance is not satisfied with GAP value of -0.26, (5) the level of customer satisfaction with the service quality of nonprescription drugs based on empathy is not satisfied with the GAP value of -0.3. The dimension that has the highest level of satisfaction is the dimension of *empathy* with a gap value of -0.3. The attribute that has the highest level of satisfaction is attribute 11 (-0.4). Analyze data using Customer Satisfaction Index (CSI) to determine the satisfaction of consumer. The results show that the Customer Satisfaction Index (CSI) at the level of to 86,59%, which means the value is in the category are very satisfied. The most mapped attributes on the Cartesian diagram are the B quadrant.

Keywords: customer satisfaction, drug service Non-prescription, GAP, CSI

تحليل مستوى رضا المستهلك على جودة خدمة الأدوية دون الوصف في صيدلية جونريجو باتو

مستخلص البحث

إيدانج، نورما. تحليل مستوى رضا المستهلك على جودة خدمة الأدوية دون الوصف في صيدلية جونريجو باتو. رسالة الجامعي. قسم الصيدلية كلية الطب والعلوم الصحية. المشرفة الأولى: صيدلية ستي ميمونة، الماجستير، المشرفة الثانية: فدية رزقية عناية الله، الماجستير. المستشار: صيدلي أحمد شهرير، الماجستير

الصيدلة هي منشأة للخدمات الصيدلانية حيث يمارس الصيدلة الصيدلة. رضا المستهلك هو شعور بالسعادة أو الإحباط لشخص يظهر بعد مقارنة الأداء أو نتائج المنتج المحسوسة بالأداء المتوقع للمنتج. الهدف من هذا البحث لمعرفة مستوى رضا المستهلك على جودة خدمة الأدوية دون الوصف في صيدلية جونريجو باتو. جرى هذا البحث في صيدلية جونريجو باتو. تم جمع البيانات في أبريل - يونيو 2020. ومستوى رضا المستهلك يقاس باستخدام نموذج جودة الخدمة *SERVQUAL* على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، وهي أبعاد الدليل المباشر وأبعاد الموثوقية وأبعاد الاستجابة وأبعاد الضمان وأبعاد الإمباتي. . دلت النتائج أن: (1) مستوى رضا المستهلك عن جودة خدمة الأدوية دونالوصف بناء على دليل مباشر (ملموس) غير راض عن متوسط قيمة *GAP* البالغ -0,33، (2) مستوى رضا المستهلك عن جودة خدمة الأدوية دونالوصف بناء على الموثوقية غير راض عن متوسط قيمة *GAP* البالغ -0,36، (3) مستوى رضا المستهلك عن جودة خدمة الأدوية دونالوصف بناء على الاستجابة غير راض عن متوسط قيمة *GAP* البالغ -0,95، (4) مستوى رضا المستهلك عن جودة خدمة الأدوية دونالوصف بناء على الضمان غير راض عن متوسط قيمة *GAP* البالغ -0,26، (5) مستوى رضا المستهلك عن جودة خدمة الأدوية دونالوصف بناء على الإمباتي غير راض عن متوسط قيمة *GAP* البالغة -0,3. البعد الذي يتمتع بأعلى مستوى من الرضا هو بعد التعاطف مع فحوة بقيمة -0,3. السمة التي تتمتع بأعلى مستوى من الرضا هي السمة 11 (-0,4). تحليل البيانات باستخدام مؤشر رضا المستهلك (*CSI*) لتحديد رضا المستهلك. دلت النتيجة أن مؤشر رضا المستهلك (*CSI*) عند مستوى 86.59%، مما يعني أن القيمة في فئة راض جدا .وجد معظم السمات المعينة على الرسم التخطيطي الديكارتي في الربع ب.

الكلمات المفتاحية: رضا المستهلك، خدمة الأدوية دونالوصف، *GAP*، *CSI*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker (Permenkes, 2017). Fungsi apotek adalah tempat pengabdian apoteker yang telah mengucapkan sumpah jabatan, sarana farmasi untuk melaksanakan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran, penyerahan obat dan sarana penyalur perbekalan farmasi, termasuk obat yang diperlukan masyarakat, secara luas dan merata (KepMenkes, 2004).

Menurut Peraturan Pemerintahan No.51 tahun 2009 tentang pekerjaan kefarmasian pada pasal 1 telah disebutkan bahwa salah satu pekerjaan kefarmasian yang harus dilakukan apoteker adalah pelayanan informasi obat. Definisi pelayanan informasi obat adalah pengumpulan, pengkajian, pengevaluasian, pengindeksan, pengorganisasian, penyimpanan, peringkasan, pendistribusian, penyebaran serta penyampaian informasi tentang obat dalam berbagai metode kepada pengguna nyata. Tuntutan konsumen dan masyarakat terhadap mutu pelayanan kefarmasian mengharuskan adanya perubahan paradigma pelayanan dari paradigma lama yang berorientasi pada produk obat (*Drug oriented*), menjadi paradigma baru yang berorientasi pada pasien (*Patient oriented*). Pelayanan kefarmasian pada saat ini telah bergeser orientasinya dari obat ke pasien yang mengacu kepada pelayanan kefarmasian (*Pharmaceutical Care*). Akibat dari perubahan orientasi tersebut, apoteker atau asisten apoteker sebagai tenaga farmasi dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan,

dan perilaku agar dapat berinteraksi langsung dengan konsumen (KepMenkes, 2004).

Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen akan didapat jika apa yang dirasakan konsumen dari suatu pelayanan sebanding atau lebih besar dari harapan mereka (Kotler, 2009). Kepuasan konsumen yang belum tercapai, seharusnya menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek (Mowen, 2001). Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi (Parasuman *et al*, 1985). Kelima dimensi itu adalah *Tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati). Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan dengan metode servqual (*service quality*). Dalam metode ini dilakukan pengukuran harapan dan kinerja dari atribut-atribut dalam lima dimensi pelayanan.

Penelitian sebelumnya terkait tentang pelayanan kefarmasian di apotek menyatakan bahwa masih banyak konsumen yang belum puas terhadap pelayanan kefarmasian yang diberikan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Bertawati (2013) tentang profil pelayanan kefarmasian dan kepuasan konsumen di kecamatan Adiwerna kota Tegal, hasilnya 73,7 % konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan kefarmasian di apotek. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Suprianto (2017) tentang tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Global Medan hasilnya 53,3% konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan kefarmasian di apotek Global Medan. Penelitian dari Faridah Baroroh (2014) tentang evaluasi kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di apotek kota Yogyakarta hasil

penelitian bahwa konsumen apotek kota Yogyakarta kurang puas terhadap pelayanan kefarmasian dalam dimensi *Assurance* (2,59), *Responsiveness* (2,65) dan *Reliability* (2,78), karena konsumen beranggapan kinerja apotek masih rendah dibandingkan harapan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukrasno dkk (2019) tentang tingkat kepuasan konsumen apotek terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Kecamatan Sukarame, hasil yang diperoleh sebesar 58,08% (97) pasien apotek di Kecamatan Sukarame tidak puas terhadap pelayanan apotek yang didapatkan. Penelitian tentang kualitas pelayanan kefarmasian telah dilakukan oleh Korbianus Nasto (2007) dengan judul mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada apotek Optima di Yogyakarta hasilnya menunjukkan bahwa atribut *responsiveness* rata-rata sebesar -0.010 (tidak puas), atribut *assurance* sebesar rata-rata sebesar -0,079 (tidak puas), atribut *reliability* rata-rata sebesar -0,022 (tidak puas), atribut *empaty* rata-rata sebesar -0,067 (tidak puas), dan atribut *tanggible* rata-rata -0,065 (tidak puas). Berarti pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Apotek Optima masih belum maksimal dan perlu ditingkatkan lagi.

Beberapa penelitian terkait kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep telah banyak dilakukan dan sebagian besar hasilnya menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang belum puas terhadap pelayanan obat tanpa resep. Penelitian tentang gambaran pelaksanaan standar pelayanan farmasi di Apotek DKI Jakarta tahun 2003 menunjukkan bahwa 76,5 % apotek tidak memenuhi standar pelayanan obat non resep (Purwanti dkk, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Nureeyaah (2017) tentang analisis tingkat

kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek Nur Farma diperoleh hasil penelitian dari seluruh dimensi konsumen belum puas terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Nur Farma dengan nilai sebesar 0.11. Nilai kualitas dimensi kehandalan sebesar -0.13 (tidak puas), dimensi daya tanggap sebesar -0.1 (tidak puas), dimensi jaminan sebesar -0.05 (tidak puas), dimensi bukti fisik -0.23 (tidak puas).

Dalam memberikan pelayanan hendaknya kita berbuat baik dan niatkan untuk menolong orang lain. Karena selain akan mendapatkan pahala, kita juga bisa merasa lebih ikhlas dalam memberikan pelayanan yang mana hal ini bisa juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang kita berikan. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-Qashash ayat 77 berikut ini

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan (Q.S Al-Qashash :77).

Kalimat “dan berbuat baiklah kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”, maksudnya adalah kebaikan Allah kepadamu tidaklah terhitung banyaknya. Dari tidak mempunyai apa-apa, lalu diberi rezeki berlipat ganda. Maka sudah sepatutnyalah berbuat baik pula, kalimat “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi”, menyatakan bahwa segala perbuatan yang akan merugikan orang lain, yang akan memutuskan tali shilahturahmi, aniaya, mengganggu keamanan, menyakiti hati sesama manusia, berbuat onar, menipu dan mengecoh, mencari keuntungan semata untuk diri dengan melupakan kerugian orang lain, semuanya itu adalah merusak. Kalimat “Sesungguhnya Allah

tidaklah suka kepada orang-orang yang berbuat kerusakan”, jika Allah telah menyatakan bahwa Dia tidak menyukai orang yang suka merusak di muka bumi, maka balasan Tuhan pasti datang, cepat ataupun lambat kepada orang yang demikian. Dan jika hukuman Tuhan datang, seorang pun tidak ada yang mempunyai kekuatan dan daya upaya buat melawannya (Hamka, 1978).

Apotek Junrejo adalah satu-satunya Apotek yang terletak di Jl. Diponegoro No.29 Junrejo, Apotek Junrejo dipilih sebagai tempat penelitian karena lokasi Apotek yang strategis, terletak di jalan raya yang ramai lalu lintas, dan dekat perkampungan tempat tinggal yang padat. Rata-rata dalam sehari konsumen yang berkunjung di Apotek Junrejo sekitar 30-50 konsumen. Tenaga kerja yang bekerja di Apotek Junrejo terdiri dari satu apoteker, tiga asisten apoteker dan satu dokter, dengan jam kerja mulai dari pukul 07.30-21.00 WIB. Penelitian dilakukan di apotek Junrejo Batu karena belum ada penelitian terkait kepuasan pasien terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek tersebut. Berdasarkan observasi peneliti, ada beberapa permasalahan di Apotek Junrejo sehingga perlu dilakukan penelitian ini. Beberapa permasalahan tersebut diantaranya terkait sarana prasarana yaitu ruang tunggu dan fasilitasnya tidak memadai seperti tempat duduk sehingga membuat konsumen harus berdiri. Selanjutnya, permasalahan terkait kecepatan pelayanan yakni penyerahan obat dilakukan secara bersamaan oleh satu petugas. Berdasarkan pengamatan secara langsung oleh peneliti, penyerahan obat tidak dilakukan dengan baik karena minimnya karyawan yang ada di apotek Junrejo. Melihat kondisi tersebut dengan banyaknya jumlah konsumen di potek Junrejo dengan tenaga kerja yang minim mengakibatkan perlu dilakukan penelitian terkait tingkat kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Junrejo Batu?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Junrejo Batu

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis berharap akan mendapatkan berbagai pengetahuan dan pengalaman secara teoritis dan wawasan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di Apotek Junrejo Batu.

2. Bagi Apotek

Apotek dapat mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di apoteknya dan bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi Apotek Junrejo Batu.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai referensi bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Apotek

Apotek adalah tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat (KepMenkes, 2004). Apoteker dalam menjalankan tanggung jawabnya melaksanakan pekerjaan kefarmasian dibantu oleh tenaga teknis kefarmasian. Sehingga dalam menjalankan pekerjaan kefarmasian selalu ada koordinasi atau kerjasama antara keduanya. Semakin pesatnya perkembangan pelayanan apotek menuntut pemberi layanan apotek harus mampu memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat (Depkes RI, 2014). Sarana dan prasarana apotek dapat menjamin mutu sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai serta kelancaran praktik pelayanan kefarmasian.

Pengelolaan sumber daya menurut Kepmenkes RI No.1027 (2004) meliputi:

1. Sumber Daya Manusia

Sesuai ketentuan perundangan yang berlaku Apotek harus dikelola oleh seorang Apoteker yang profesional.

Dalam pengelolaan Apotek, Apoteker senantiasa harus memiliki kemampuan menyediakan dan memberikan pelayanan yang baik, mengambil keputusan yang tepat, kemampuan berkomunikasi antar profesi, menempatkan diri sebagai menempatkan pimpinan dalam situasi multidisipliner, kemampuan

mengelola SDM secara efektif, selalu belajar sepanjang karier, dan membantu memberikan pendidikan dan memberikan peluang untuk meningkatkan pengetahuan.

2. Sarana dan Prasana

Apotek berlokasi pada daerah yang mudah dikenali oleh masyarakat. Pada halaman terdapat papan petunjuk yang jelas tertulis kata apotek. Apotek harus dapat dengan mudah diakses oleh anggota masyarakat. Pelayanan produk kefarmasian diberikan pada tempat yang terpisah dari aktivitas pelayanan dan penjualan produk lainnya, hal ini berguna untuk menjaga integritas dan kualitas produk serta mengurangi resiko kesalahan penyerahan.

Masyarakat harus diberi akses secara langsung dan mudah oleh apoteker untuk memperoleh informasi dan konseling. Lingkungan apotek harus dijaga kebersihannya. Apotek harus bebas dari hewan pengerat, serangga, apotek memiliki suplai listrik yang konstan, terutama untuk lemari pendingin.

Apotek harus memiliki :

1. Ruang tunggu yang nyaman bagi pasien
2. Tempat untuk mendisplay informasi bagi pasien, termasuk penempatan brosur/materi informasi
3. Ruang tertutup untuk konseling bagi pasien yang dilengkapi dengan meja dan kursi serta lemari untuk menyimpan catatan medikasi pasien
4. Ruang racikan
5. Keranjang sampah yang tersedia untuk staf maupun pasien

Perabotan apotek harus tertata rapi, lengkap dengan rak-rak penyimpanan obat dan barang-barang lain yang tersusun dengan rapi, terlindung dari debu,

kelembapan dan cahaya yang berlebihanserta diletakan pada kondisi ruangan dengan temperatur yang telah ditetapkan

3. Pengelolaan sediaan farmasi dan pembekalan kesehatan lainnya.

Pengelolaan persediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lainnya dilakukan sesuai ketentuan perundangan yang berlaku meliputi: perencanaan, pengadaan, penyimpanan dan pelayanan. Pengeluaran obat memakai sistim FIFO (first in first out) dan FEFO (firsrt expire first out)

a. Perencanaan.

Dalam membuat perencanaan pengadaan sediaan farmasi perlu diperhatikan:

- pola penyakit
- kemampuan masyarakat
- budaya masyarakat

b. Pengadaan

Untuk menjamin kualitas pelayanan kefarmasian maka pengadaan sediaan farmasi harus melalui jalur resmi

c. Penyimpanan

- Obat/ bahan obat harus disimpan dalam wadah asli dari pabrik.
Dalam hal pengecualian atau darurat dimana isi dipindahkan pada wadah lain, maka harus dicegah terjadinya kontaminasi dan harus ditulis informasi yang jelas pada wadah baru, wadah sekurang-kurangnya memuat nomor batch dan tanggal kadaluarsa
- Semua bahan obat disimpan pada kondisi yang sesuai, layak dan menjamin kestabilan bahan.

4. Administrasi

Dalam menjalankan pelayanan kefarmasian di apotek, perlu dilaksanakan kegiatan administrasi yang meliputi:

- Administrasi umum.

Pencatatan, pengarsipan, pelaporan narkotika, psikotropika dan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku

- Administrasi pelayanan.

Pengarsipan resep, pengarsipan catatan pengobatan pasien, pengarsipan hasil monitoring penggunaan obat.

Sarana dan prasarana yang diperlukan untuk menunjang pelayanan kefarmasian di apotek meliputi sarana yang memiliki fungsi: (PerMenkes, 2004)

1. Ruang penerimaan resep sekurang-kurangnya terdiri dari tempat penerimaan resep, 1 set meja dan kursi, serta satu set komputer. Ruang penerimaan resep ditempatkan pada bagian paling depan dan mudah terlihat oleh pasien.
2. Ruang pelayanan resep dan peracikan (produksi sediaan secara terbatas). Di ruang peracikan sekurang-kurangnya disediakan peralatan peracikan, timbangan obat, air minum (air mineral) untuk mengencer, sendok obat bahan pengemas obat, lemari pendingin, termometer ruangan, blanko salinan resep, etiket dan label obat. Ruang ini diatur agar mendapatkan cahaya dan sirkulasi udara yang cukup, dapat dilengkapi dengan pendingin ruangan (air conditioner).
3. Ruang penyerahan obat berupa konter penyerahan obat yang dapat digabungkan dengan ruang penerimaan resep.

4. Ruang konseling sekurang-kurangnya memiliki satu set meja dan kursi konseling, lemari buku, buku-buku referensi, poster, alat bantu konseling, buku catatan konseling dan formulir catatan pengobatan pasien.
5. Ruang penyimpanan sediaan farmasi, alat kesehatan, bahan medis habis pakai, ruang penyimpanan harus memperhatikan kondisi sanitasi, temperatur, kelembaban, ventilasi, pemisahan, untuk menjamin mutu produk dan keamanan petugas. Ruang penyimpanan harus memperhatikan kondisi sanitasi, temperatur, kelembaban, ventilasi, pemisahan untuk menjamin mutu produk dan keamanan petugas. Ruang penyimpanan harus dilengkapi dengan rak/ lemari obat, pallet, pendingin ruang (AC), lemari pendingin, lemari penyimpanan khusus, pengukur suhu dan kartu suhu.
6. Ruang arsip dibutuhkan untuk menyimpan dokumen yang berkaitan dengan pengelolaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai serta pelayanan kefarmasian dalam jangka waktu tertentu.

2.1.1 Apotek Junrejo

Apotek Junrejo terletak di jalan diponegoro No. 31 Junrejo kecamatan Batu. Apotek Junrejo mempunyai letak yang strategis, berada di pinggir jalan yang mudah dijangkau transportasi. Apoteker Rizka Amelia Hanum, S.Farm.Apt, empat asisten apoteker dan satu dokter. Pelayanan setiap hari mulai sejak pukul 07.30 am – 21.00 pm untuk jumlah konsumen yang berkunjung di apotek Junrejo sehari sekitar 30-50 konsumen.

2.2 Pelayanan Kefarmasian (*Pharmaceutical Care*)

Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud

mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Permenkes RI, 2016).

Pelayanan kefarmasian merupakan proses yang melibatkan pengelolaan sediaan farmasi dan pelayanan farmasi klinis yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mencegah, dan menyelesaikan masalah obat dan masalah yang berhubungan dengan kesehatan (Sitomorang, 2000).

Pelayanan kefarmasian dalam hal memberikan perlindungan terhadap pasien memiliki fungsi yaitu : (Bafen, 2016)

1. Sebagai penyedia informasi tentang obat-obatan kepada tenaga kesehatan lainnya, tujuan yang ingin dicapai mencakup mengidentifikasi hasil pengobatan dan tujuan akhir pengobatan, agar pengobatan yang dapat diterima untuk terapi, agar dapat diterapkan penggunaan secara rasional, memantau efek samping obat dan menentukan metode penggunaan obat.
2. Sebagai sarana memantau penggunaan obat apakah efektif, tidak efektif, reaksi yang berlawanan, kercunan dan jika perlu memberikan saran untuk memodifikasi pengobatan.
3. Sebagai sarana bimbingan dan konseling dalam rangka pendidikan kepada pasien.
4. Penyedia dan pemelihara serta untuk memfasilitasi pengujian pengobatan bagi pasien penyakit kronis.
5. Berpartisipasi dalam pengelolaan obat-obatan untuk pelayanan gawat darurat.
6. Pembinaan pelayanan informasi dan pendidikan bagi masyarakat.
7. Partisipasi dalam penilaian penggunaan obat dan audit kesehatan.

8. Menyediakan pendidikan mengenai obat-obatan untuk tenaga kesehatan

2.3 Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek

Pelayanan kefarmasian di apotek saat ini telah mempunyai standar dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 35 tahun 2014 tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek. Pengaturan standar pelayanan kefarmasian di apotek bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian, menjamin kepastian hukum bagi kefarmasian dan melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien (PerMenkes, 2004).

Pelayanan kefarmasian telah mengalami perubahan yang semula hanya berfokus kepada pengolaan obat (*drug oriented*) berkembang menjadi pelayanan komprehensif meliputi pelayanan obat dan farmasi klinik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien. Peraturan Pemerintah nomor 51 tahun 2009 tentang pekerjaan kefarmasian menyatakan bahwa pekerjaan kefarmasian adalah pembuatan, termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan, dan pendistribusian atau penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional. Pekerjaan kefarmasian tersebut harus dilakukan oleh tenaga kesehatan yang mempunyai keahlian dan kewenangan untuk itu. Peran apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku agar dapat melaksanakan interaksi langsung dengan pasien. Bentuk interaksi tersebut antara lain adalah pemberian informasi obat dan konseling kepada pasien yang membutuhkan (PerMenkes, 2014).

Apoteker harus memahami dan menyadari kemungkinan terjadinya kesalahan pengobatan (*medication error*) dalam proses pelayanan dan mengidentifikasi, mencegah, serta mengatasi masalah terkait obat (*drug related problems*), masalah farmakoekonomi, dan farmasi sosial (*sociopharmacoeconomy*). Untuk menghindari hal tersebut, apoteker harus menjalankan praktik sesuai standar pelayanan. Apoteker juga harus mampu berkomunikasi dengan tenaga kesehatan lainnya dalam menetapkan terapi untuk mendukung penggunaan obat yang rasional. Dalam melakukan praktik tersebut, apoteker juga dituntut untuk melakukan monitoring penggunaan obat, melakukan evaluasi serta mendokumentasikan segala aktivitas kegiatannya. Untuk melaksanakan semua kegiatan itu, diperlukan standar pelayanan kefarmasian (Republik Indonesia, 2014).

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dapat dinyatakan langsung. Definisi ini berpusat pada konsumen. Dapat dikatakan produsen telah menyampaikan kualitas jika menghasilkan produk yang memenuhi ekspektasi konsumen (Kotler, 2012). Sedangkan menurut Stevenson (2012), makna kualitas mengacu pada kemampuan suatu produk yang secara konsisten memenuhi atau melampaui kebutuhan atau ekspektasi konsumen. Berbagai konsumen memiliki perbedaan kebutuhan, sehingga definisi kualitas tergantung konsumen.

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2000). Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi (2001) Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan –kebutuhan yang telah ditentukan.

2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut Kotler (2009) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Philip Kotler (2007) pelayanan adalah semua tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik. Meskipun demikian, semakin banyak produsen, distributor, dan pengecer yang menyediakan jasa yang bernilai tambah, atau layanan pelanggan yang sangat baik, untuk mendiferensiasikan diri mereka. Sedangkan Menurut Moenir (2011) pelayanan adalah proses pemroses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya agar memenuhi harapan dan konsumen tersebut. kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan

tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014). Ada dua faktor utama yang memenuhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*Expected Service*) dan pelayanan yang diterima (*Perceived Service*). Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan konsumen atau buruk. Dengan demikian baik-buruknya kualitas pelayanan tergantung pada penyediaan jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Ada dua batasan untuk mengetahui kualitas pelayanan kesehatan yang baik yaitu (Notoatmojo,2003):

1. Pada derajat kepuasan pasien.

Kualitas pelayanan kesehatan yang baik adalah jika pelayanan kesehatan yang dilakukan dapat memberikan rasa puas pada diri setiap pasien yang disesuaikan dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk yang menjadi sasaran utama pelayanan kesehatan tersebut.

2. Pada upaya yang dilakukan.

Kualitas pelayanan kesehatan yang baik adalah apabila tata cara pelaksanaannya sesuai dengan standar serta kode etik profesi yang telah ditetapkan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa besar ketidaksesuaian

antara harapan atau keinginan dan persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

2.4.3 Komponen Utama Kualitas Pelayanan

Gronroos (1990) menyatakan bahwa kualitas suatu pelayanan terdiri dari tiga komponen utama yaitu :

1. Technical Quality.
2. Komponen yang berkaitan dengan kualitas output pelayanan yang diterima konsumen dan menurut Parasuraman, et.al, dapat diperinci lagi sebagai berikut menjadi :
 - a. Search quality (dapat dibeli sebelum dievaluasi , misalnya harga).
 - b. Experience (hanya dapat di evaluasi sebelum membeli, misalnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil kerja).
 - c. Eredence quality (sukar dievaluasi walaupun telah menggunakan jasa).
3. Functional Quality
Komponen yang berkaitan dengan kualitas, cara penyampaian suatu pelayanan.
4. Corporate Image
Yaitu profil, citra umum, reputasi dan daya tarik khusus perusahaan.

2.4.4 Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan

Kualitas harus dimulai dari apa yang konsumen butuhkan dan berakhir pada persepsi konsumen. Citra kualitas tidak berdasarkan sudut pandang penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati produk jasa sehingga mereka juga yang menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan

penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Namun karena kinerja jasa seringkali tidak konsisten maka konsumen menggunakan isyarat intrinsik dan ekstrinsik jasa sebagai acuan. Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri untuk menilai isyarat intrinsik diperlukan banyak waktu dan usaha. Sedangkan isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa dalam menilai isyarat ini tidak memerlukan banyak waktu karena merupakan *experience quality*, isyarat ekstrinsik digunakan apabila indikator kualitas jasa tidak memiliki informasi isyarat intrinsik yang memadai (Umar, 2005).

2.5 Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler, 2005). Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama, kepuasan konsumen merupakan respon yang diberikan konsumen terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2006).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang yang muncul di dalam diri seseorang setelah mendapatkan pelayanan yang diterima secara langsung. Salah satu model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan konsumen adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) dengan cara membuat survei penilaian kepuasan konsumen secara komprehensif bagi pelayanan dibidang

barang jasa yang mengutamakan aspek pelayanan. Analisis kepuasan pelanggan dilakukan berdasarkan lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *asurance*, dan *empaty* (Yuniar, 2016).

Kepuasan konsumen dapat diukur berdasarkan: (Kotler,2009)

1. *Tangibles* (bukti langsung)

Tangibles (bukti langsung) yaitu sarana dan fasilitas fisik yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Dalam pelayanan apotek adalah kecukupan tempat duduk diruang tunggu apotek, kebersihan ruang tunggu, kenyamanan ruang tunggu dengan kipas angin dan AC, serta ketersediaan televisi.

2. *Reliability* (kehandalan)

Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen. Dalam pelayanan apotek adalah pemberian informasi obat oleh petugas apotek.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Responsiveness (ketanggapan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat. Dalam pelayanan apotek adalah kecepatan pelayanan obat dan pelayanan kasir.

4. *Assurance* (jaminan)

Assurance (jaminan) yaitu kemampuan memberikan kepercayaan dan kebenaran atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dalam pelayanan apotek adalah kelengkapan obat dan kemurahan harga obat.

5. *Empathy* (empati)

Empathy (empati) yaitu kemampuan membina hubungan, perhatian, dan memahami kebutuhan konsumen. Dalam pelayanan apotek adalah keramahan petugas apotek.

Ada lima faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen atau pasien, yaitu:

1. Kualitas produk farmasi, yaitu kemampuan menyembuhkan penyakit. Hal ini menyangkut ketersediaan farmasi dan ketersediaan hayati, sehingga tercapai tujuan efek terapi. Persepsi konsumen atau pasien terhadap produk farmasi dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan sesungguhnya kualitas produk dan komunikasi.
2. Kualitas pelayanan terhadap konsumen. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik, ramah, sesuai dengan yang diharapkan.
3. Merupakan komponen emosional, yaitu pengaruh atau pertimbangan yang bersifat emosional seperti : karena sugesti, angan-angan, gambaran yang indah, perasaan bangga, agar kelihatan lain dari yang lain. Kepuasan tersebut membuat konsumen merasa puas terhadap produk farmasi tersebut.
4. Harga. Meskipun produk farmasi yang dipilih mempunyai kemajuan khasiat yang sama dengan produk farmasi yang lain tetapi harganya relatif lebih murah. Hal tersebut juga merupakan faktor penting untuk menentukan tingkat kepuasan.
5. Faktor biaya untuk memperoleh produk farmasi tersebut. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan juga tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh obat tersebut (Anief, 2001).

2.5.1 Manfaat Kepuasan

Beberapa manfaat kepuasan menurut (Irine, 2009) adalah :

1. Kepuasan konsumen merupakan saran untuk menghadapi kompetisi di masa yang akan datang.
2. Kepuasan konsumen merupakan promosi terbaik.
3. Kepuasan konsumen merupakan aset perusahaan terpenting.
4. Kepuasan konsumen menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
5. konsumen makin kritis dalam memilih produk.
6. konsumen puas akan kembali.
7. konsumen yang mudah memberikan refrensi.
maupun pesaingnya.

2.5.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Sebagaimana dijelaskan diatas bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen. Metode survei keppuaasan konsumen dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

1. pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap kinerja suatu perusahaan pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapannya terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar kenyataan yang dirasakan (*derives dissatisfaction*).

3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan saran-saran yang berguna dalam melakukan perbaikan-perbaikan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk merangking berbaagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importancel performance retings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importancel performance analysiis* (Tjiptono,2005).

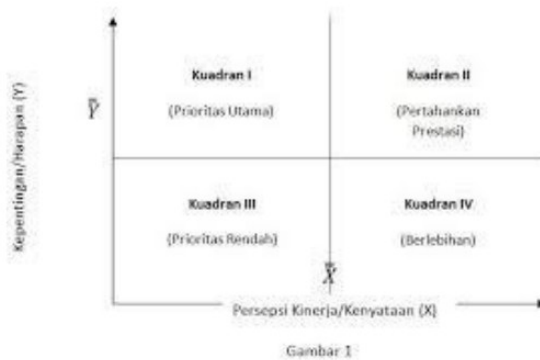
Dari teknik dan metode pengukuran kepuasan konsumen tersebut menurut Tjiptono (2005) adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Konsumen} = \text{perceived pervormence} - \text{expectation}$$

Dari persamaan tersebut ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu : *expectation* dan *perceived pervormance*. Apabila *perceived pervormance* melebihi *expectation* maka konsumen akan memperoleh kepuasan, jika sebaliknya konsumen tidak akan memperoleh kepuasan. Untuk itu *perceived pervormance* diharapkan melebihi *expectation* sehingga menciptakan kepuasan konsumen. Kriteria kepuasan konsumen apabila hasilnya negatif (-) menunjukkan bahwa konsumen tidak puas (harapan lebih besar dari kinerja) sedangkan hasil positif (+) menunjukkan bahwa konsumen merasa puas (kinerja lebih besar dari harapan).

2.5.3 Diagram Kartesius

Kepuasan konsumen dapat dianalisis dari dua dimensi, yaitu dari harapan-harapan atas sesuatu dan kenyataan-kenyataan yang diterima konsumen. Karena itu hal-hal yang ditanyakan akan diteliti dari dua dimensi. Data hasil kuesioner tersebut di-plot nilainya pada diagram kartesius. Bila berada di kuadran A, B, C, atau D, maka komponen yang ditanyakan akan memiliki arti masing-masing, seperti berikut ini.



Gambar 2.1 Diagram Kartesius (Umar, 2005)

Kuadran A:

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi dilihat dari kepuasan, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan atribut tersebut. Perusahaan hendaknya melakukan usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berarti pula bahwa atribut-atribut ini pula perlu di-manage agar kepuasan konsumen dapat diraih (Umar, 2005).

Kuadran B:

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga, hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut inilah yang telah menarik konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut (Umar, 2005).

Kudran C:

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen cukup baik. Namun, konsumen mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini (Umar, 2005).

Kuadran D:

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasannya, konsumen merasa sangat puas (Umar, 2005).

2.5.4 SERVQUAL GAP

SERVQUAL (*Service Quality*) adalah metode yang dirancang oleh Parasuman *et al* (1988) yang digunakan untuk mendapatkan feedback mengenai kemampuan organisasi untuk memberikan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Hasil penilaian kualitas pelayanan ini membantu manajemen mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pelayanan. Komponen yang digunakan pada *SERVQUAL* adalah *perceptions* (*P*) yang merupakan persepsi konsumen setelah mendapatkan pelayanan dan *expectations* (*E*) yang merupakan pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan sebelum mendapatkan pelayanan dari

organisasi. Menurut Parasuman *et al*, kualitas pelayanan ditunjukkan oleh *gap* diantara *P* dan *E*.

Dimensi yang digunakan pada *SERVQUAL* berdasarkan sepuluh dimensi menurut penelitian Parasuman *et al* sebelumnya (1985), lalu diubah menjadi lima dimensi. Dimensi *SERVQUAL* yaitu:

1. Bukti fisik: fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan kariawan.
2. Keandalan : kemampuan untuk melakukan pelayanan yang andal dan akurat.
3. Daya tanggap : kesediaan untuk menolong pengguna dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. Jaminan : pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka membangkitkan rasa keyakinan dan kepercayaan.
5. Empati : peduli, perhatian setiap individu.

Rumus servqual GAP sebagai berikut

$$\text{Servqual GAP} = \text{skor kualitas pelayanan} - \text{skor kualitas harapan}$$

2.5.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumrn potek atau organisasi pelayanan kesehatan dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain berkaitan dengan:

1. Pendekatan dan perilaku petugas, perasaan pasien terutama saat pertama kali datang.
2. Mutu informasi yang diterima, seperti apa yang dikerjakan, apa yang dapat diharap.
3. Prosedur perjanjian.
4. Waktu tunggu.

5. Fasilitas umum yang tersedia.
6. Fasilitas yang diterima pasien seperti mutu makanan, *privacy*, dan pengaturan kunjungan.
7. *Outcome* terapi dan perawatan yang diterima.

Faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah:

1. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang kesehatan, maka makin tinggi untuk berperan.

2. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak dapat dipahami, maka dengan sendirinya timbul suatu kesadaran untuk berperilaku berpartisipasi.

3. Sikap positif

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sedangkan salah satu kompensasi dari sikap yang positif adalah menerima (*receiving*), diartikan bahwa orang mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan.

4. Sosial ekonomi

Pelayanan yang diberikan oleh perawat sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pasien. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan oleh pasien maka semakin baik pelayanan yang diberikan.

5. Sistem nilai

Sistem nilai seseorang pasien sangat mempengaruhi seseorang pasien untuk mempersepsikan pelayanan kesehatan yang diberikan.

6. Pemahaman pasien tentang jenis pelayanan yang akan diterimanya

Tingkat pemahaman pasien terhadap tindakan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap tindakan.

7. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan, sikap ini akan menyentuh emosi pasien. Faktor ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pasien (*compliance*) (Tjiptono, 2005).

2.6 Perintah Allah Untuk Berbuat Kebaikan

Islam memerintahkan segala sesuatu yang bisa ditunaikan oleh seseorang kepada orang lain berupa kebaikan apapun, misalnya mengajarkan ilmu, menganjurkan berbuat kebaikan, menyambung silaturahmi, berbuat baik kepada kedua orang tua, mendamaikan perseteruan, member nasehat dan sebagainya

Allah SWT berfirman, “ *sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepada mu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (QS. AN-Nahl:90).

Islam mewajibkan setiap umatnya untuk senantiasa berbuat baik kepada sesama manusia sebagaimana banyak diterangkan dalam ayat al quran, hadis, dan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW serta para sahabat. Hubungan dengan sesama manusiaini dalam islam di kenal dengan istilah *hablumminannas*. Setiap muslim memiliki kewajiban untuk menjalankan *hablumminannas* dengan sebaik baiknya, sesuai tuntunan Al-quran dan sunnah Nabi Muhammad SAW.

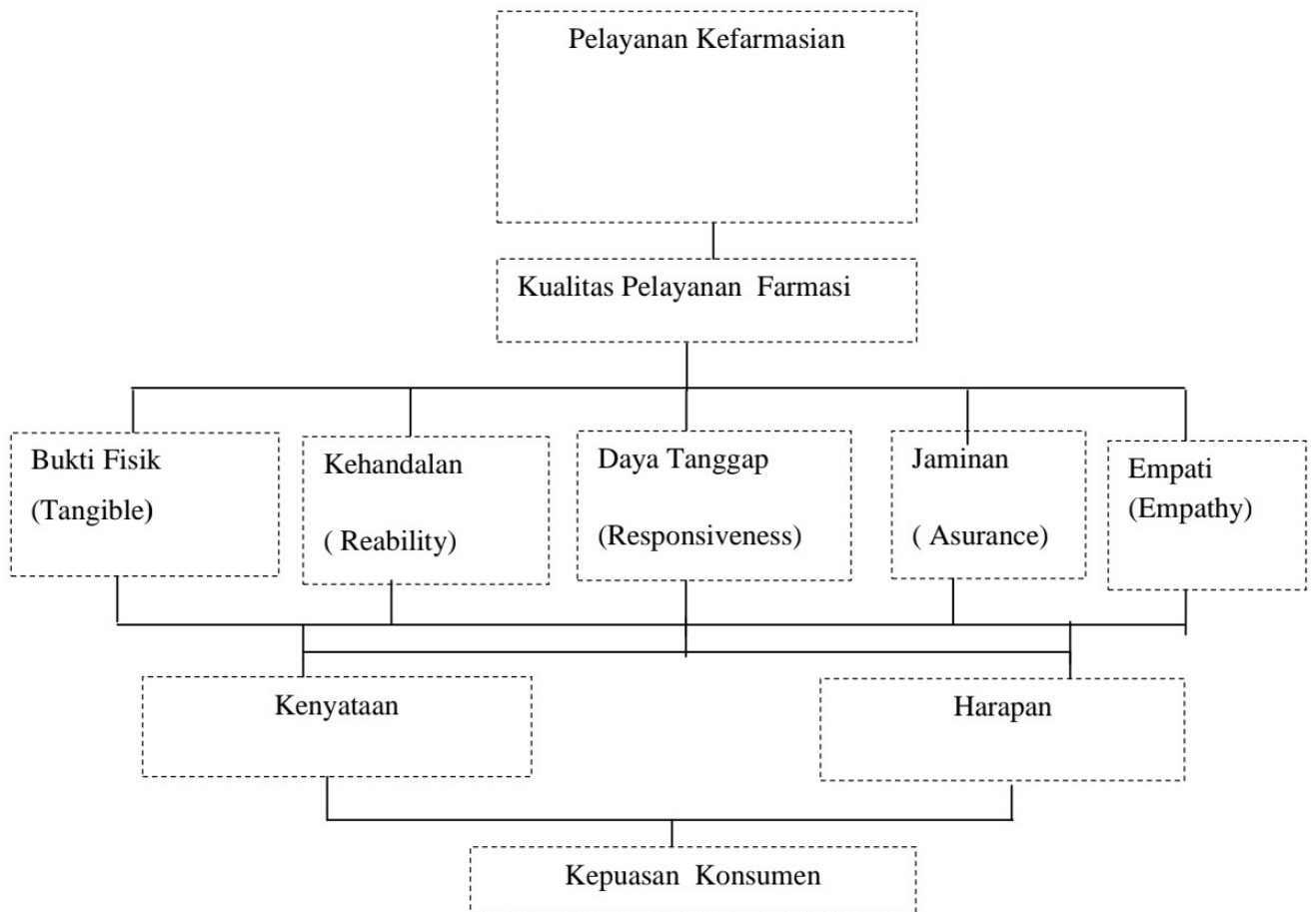
Perbuatan baik kepada manusia yang diperintahkan oleh Allah dan dicontohkan oleh Rasulullah sangat banyak, diantaranya sebagai berikut : berbuat baik kepada orang tua, mengajar dan menyebarkan ilmu, mengajak berbuat

kebaikan dan meninggalkan keburukan. Itulah beberapa bentuk perbuatan baik kepada sesama yang diperintahkan oleh ajaran agama Islam. Sesungguhnya, berbuat baik pada sesama umat manusia bukan sekedar dibutuhkan untuk membangun kehidupan bersama yang harmonis dan saling mengasihi. Akan tetapi berbuat baik kepada sesama juga bernilai ibadah yang jika dilakukan akan berbalas pahala dan surga, sebaliknya, jika perbuatan-perbuatan baik kepada sesama umat manusia ditinggalkan, pelakunya akan menuai dosa. Dosa karena lalai terhadap perintah Allah, yang berakibat pada timbulnya berbagai masalah dan kerusakan dalam kehidupan sosial.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Kerangka Konsep



Keterangan :

 : Yang diteliti

 : Alur berjalannya variabel yang diteliti

Gambar 3.1 Kerangka konsep penelitian

3.2 Uraian Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilakukan di apotek Junrejo Batu yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep yang telah diberikan kepada konsumen pengguna jasa pelayanan di apotek Junrejo.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep dokter di Apotek Junrejo ada 5 dimensi kualitas jasa (Kotler dan Keller, 2007). Dimensi pertama adalah Bukti Langsung (*tangible*) yang berkaitan dengan sarana dan fasilitas fisik yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Dalam pelayanannya adalah kecukupan tempat duduk diruang tunggu apotek, kebersihan ruangan, kenyamanan ruang tunggu. Dimensi kedua adalah Keandalan (*reability*) yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen dengan percaya diri dan akurat, dalam pelayanannya adalah pemberian informasi obat oleh petugas apotek. Dimensi yang ketiga adalah daya tanggap (*resposiveness*) yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tanggap, pelayannya bisa berupa kecepatan obat dan pelayanan kasir. Dimensi ke empat adalah jaminan (*asurance*) yang berkaitan dengan kesopanan, dan kemampuan yang memberikan kepercayaan dan keyakinan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dalam pelayanannya adalah kelengkapan obat dan harga obat. Dimensi kelima adalah empati (*empaty*) yang berkaitan dengan kemampuan untuk membina hubungan, perhatian dan memahami kebutuhan konsumen, dalam pelayanan berupa keramahan petugas apotek.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis dan Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan melakukan deskripsi mengenai fenomena yang ditemukan, baik yang berupa faktor resiko maupun efek atau hasil dalam satu populasi tertentu (Sastroasmoro, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di apotek junrejo. Responden yang dipilih adalah konsumen di Apotek Junrejo membeli obat tanpa resep dokter. Metode penelitian survei dengan memberikan kuesioner kepada konsumen

4.2 Waktu dan Tempat Penelitian

4.2.1 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan April sampai Juni 2020

4.2.2 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Apotek Junrejo Kecamatan Batu, Kota Batu

4.3 Populasi dan Sampel Penelitian

4.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang membeli obat tanpa resep dokter di Apotek Junrejo.

4.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang datang membeli obat tanpa resep yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi sebagai berikut:

- a. Kriteria Inklusi : Konsumen yang ditemui telah membeli obat tanpa resep di Apotek Junrejo, konsumen yang bisa membaca dan menulis dengan baik, dan konsumen yang bersedia mengisi kuesioner. Konsumen yang berusia 15-64 tahun ke atas
- b. Kriteria Eksklusi : Konsumen yang berkunjung di Apotek untuk membeli obat dengan resep dokter, Konsumen yang membeli obat tetapi obat tidak tersedia di apotek,

4.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah salah satu teknik non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yaitu konsumen yang melakukan pembelian atau transaksi di Apotek Junrejo yang dianggap memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi atau dengan catatan bahwa sampel tersebut mewakili populasi (Supranto, 1997).

4.3.4 Besar Sampel

Besar sampel yang dibutuhkan dihitung menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Isac Michel untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus yang digunakan (Sireger, 2013):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

keterangan : n = sampel

p = proporsi populasi (0,07)

z = tingkat kepercayaan / signifikan

e = perkiraan tingkat kesalahan (5%)

q = 1-p

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 \cdot (1 - 0,07)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,2500}{0,0025} = 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 100 orang. Dalam penelitian ini, penulis akan meminta konsumen yang sedang memakai jasa apotek Junrejo dalam melakukan transaksi pembelian sebagai responden untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden karena 100 responden dianggap sudah mewakili keseluruhan dari populasi

4.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada konsumen yang membeli obat tanpa resep dokter di apotek Junrejo. Kuesioner terdiri dari 5 kelompok pertanyaan berstruktur meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pada masing – masing sub

pelayanan diberikan beberapa pertanyaan, dimana setiap pertanyaan memiliki skor. Jumlah skor dihitung berdasarkan kategorinya. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Skala *likert* menurut Sugiyono (2014) digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengetahui kepuasan konsumen yang membeli obat di Apotek Junrejo Batu.

Tabel 4.1 Skala Likert

Penilaian	Skor	Hasil Ukur
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Baik
Setuju (S)	4	Baik
Ragu-Ragu (R)	3	Cukup Baik
Tidak Setuju (TS)	2	Kurang Baik
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Tidak Baik

Alasan peneliti menggunakan skala *likert* adalah pertama dapat memberikan responden pilihan yang lebih banyak dan meningkatkan diferensiasi poin. Alasan kedua dengan menggunakan skala *likert* 5 poin pemilihan kategori dalam kuesioner akan menjadi lebih spesifik. Hal tersebut akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat memilih keinginan mereka secara spesifik, dengan jawaban alternatif maka jawaban dari konsumen akan menjadi lebih tegas sehingga dapat mengukur kepuasan konsumen.

4.5 Analisis Servqual

Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi pelayanan dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Metode servqual dimaksud untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (GAP) harapan konsumen dengan kualitas pelayannya. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan. Servqual GAP dihitung dengan rumus: Servqual GAP = (skor kinerja) – (skor harapan konsumen).

Hasil perhitungan servqual (GAP) dibuat dalam kategori dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria}}$$

Servqual GAP diperoleh dari selisih antara kinerja dengan harapan yang akan menjelaskan tingkat kualitas pelayanan. Kualitas paling rendah terjadi saat kinerja jauh di bawah harapan, yaitu kinerja minimal 1 dan harapan 5 jadi nilainya $1-5 = (-4)$. Sebaliknya kualitas paling tinggi terjadi saat kinerja melampaui harapa, yaitu saat kinerja maksimal 5 dan harapan minimal 1 jadi nilai sebesar $5-1= 4$. Sehingga diperoleh nilai tertinggi 4 dan terendah (-4), sehingga didapat interval :

$$\text{Interval} = \frac{(4 - (-4))}{5} = 1,6$$

Tabel 4.2 Kriteria Penilaian Kualitas Pelayanan

Interval	Kriteria Penilaian
(-4,00) – (-2,40)	Sangat Buruk
(-2,41) – (-0,80)	Buruk
(-0,81) – 0,80	Sedang
0,80 – 2,40	Baik
2,41 – 4,00	Sangat Baik

4.6 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer satisfaction index atau indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan. Untuk mengetahui besarnya nilai CSI, maka langkah langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. menentukan *Mean Impotance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*. *Mean Importance Score (MIS)* adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut, sedangkan *Mean Satisfaction Score (MSS)* adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Menentukan *Weight Factors (WF)*. Bobot ini merupakan nilai MIS per total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS}{\sum MIS}$$

3. Membuat *Weight Score (WS)*. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS.
4. Membuat *Weight Total (WT)*. bobot ini merupakan total seluruh *weight score (WS)*
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan:

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\% .$$

Dimana HS (Highest Scale) adalah skala maksimum yang digunakan.

Tabel 4.3 Indeks Kepuasan Konsumen

Nilai Ideks	Keterangan
81,00 % - 100,00 %	Sangat puas
66,00 % - 80,99 %	Puas
51,00 % - 65,99 %	Cukup puas
35,00 % - 50,99 %	Kurang puas
0,00 % - 34,99 %	Tidak puas

4.7 Variabel dan Definisi Operasional

4.7.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari sehingga informasi mengenai hal tersebut dan ditariklah sebuah kesimpulan.

Variabel yang diukur dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen Adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

4.7.2 Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu uraian tentang batasan variabel yang dimaksud atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan (Notoatmodjo, 2010).

Tabel 4.4 :Variabel dan Definisi Operasional Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasionl	Indikator	Pernyataan	Jawaban	Hasil Ukur	Cara Pengukuran
Tingkat Kepuasan Konsumen		Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kualitas pelayanan apotek yang diterima dengan yang diharapkan					Analisis kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan analisis servqual hasil ukur menggunakan skala likert Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner

	Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	Penampilan fasilitas fisik merupakan bagian dari gedung ataupun bangunan apotek itu sendiri, seperti letak apotek yang strategis, keadaan ruang tunggu. Peralatan apotik merupakan bagian yang membuat sarana prasarana yang ada bisa dimanfaatkan seperti adanya kursi yang nyaman dan tertata rapi dan personil adalah petugas apotek yang bekerja diapotek junrejo	1.Letak apotek junrejo mudah dijangkau 2. Apotek terlihat bersih dan ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi 3. Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	- Letak apotek junrejo mudah dijangkau - Letak apotek yang strategis - Apotek terlihat bersih -Ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi -Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	5= Sangat setuju 4= Setuju 3= Ragu- ragu 2= Tidak setuju 1= Sangat tidak setuju	5= sangat baik 4= baik 3= cukup baik 2= kurang baik 1= tidak baik	Kuesioner,
	Kehandalan	Kemampuan	1.kelengka	-Petugas	5= Sangat	5= sangat baik	Kuesioner

	<i>(Reability)</i>	petugas apotek untuk memberikan pelayanan obat tanpa resep di apotek junrejo batu yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan	n informasi obat yang disampaikan oleh petugas apotek	apotek memberi informasi tentang nama, jumlah dan dosis obat -Petugas apotek memberi informasi tentang cara penggunaan obat -Petugas apotek memberi informasi tentang aturan pakai obat -Petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat -Petugas apotek memberi	setuju 4= Setuju 3= Ragu- ragu 2= Tidak setuju 1=Sangat tidak setuju	4= baik 3= cukup baik 2= kurang baik 1= tidak baik	
--	--------------------	---	---	---	--	---	--

				<p>informai tentang efek samping obat -Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti -Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya -Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk untuk menceritakan keluhannya</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

	Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>)	Suatu respon atau Sikap tanggap petugas apotek junrejo dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen	1.kecepatan petugas dalam melayani konsumen 2. petugas apotek cepat tanggap memberikan pelayanan 3. Petugas apotek junrejo cepat tanggap terhadap keluhan konsumen 4. Datang	-Petugas apotek selalu menyapa -Keampuan petugas memberikan pelayanan dengan cepat dan benar -petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan - petugas apotek junrejo menjawab cepat dan tanggap saat melayani konsumen -Setiap	5= Sangat setuju 4= Setuju 3= Ragu- ragu 2= Tidak setuju 1= Sangat tidak setuju	5= sangat baik 4= baik 3= cukup baik 2= kurang baik 1= tidak baik	Kuesioner

			langsung dilayanani	keluhan konsumen diatasi dengan cepat - Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen - Petugas langsung melayani konsumen yang datang - Petugas tidak sedang sibuk bermain HP saat ada konsumen			
Jaminan (<i>Asurance</i>)	petugas apotek memberikan kepercayaan dan kebenaran atas kualitas pelayanan yang diberikan	1. Petugas apotek junrejo mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang baik	- Petugas apotek junrejo memiliki pengetahuan serta kemampuan yang mencukupi	5= Sangat setuju 4= Setuju 3= Ragu- ragu 2= Tidak setuju 1= Sangat tidak setuju	5= sangat baik 4= baik 3= cukup baik 2= kurang baik 1= tidak baik	Kuesioner	

			dalam bekerja	dalam memberikan informasi obat.			
			2 petugas memeriksa kembali dan menyesuaikan sebelum obat diberikan kepada	- Obat yang diberikan terjamin kualitasnya - Tanggal kadaluarsa obat tertulis/ atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen - obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta			
Empati (<i>Empaty</i>)	Peduli dalam memberikan perhatian pribadi bagi konsumen	1. petugas memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen	-petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen - Petugas apotek melayani	5= Sangat setuju 4= Setuju 3= Ragu- ragu 2= Tidak setuju 1= Sangat tidak setuju	5= sangat baik 4= baik 3= cukup baik 2= kurang baik 1= tidak baik	Kuesioner	

				<p>konsumen tanpa memandang status sosial konsumen - Petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen - Menjaga hubungan baik kepada konsumen - petugas apotek mengerti keluhan konsumen -terjadi komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

4.8 Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2010) adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuisioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dikatakan tidak valid. r hitung dicari dengan menggunakan program SPSS, sedangkan r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r minimal adalah 0,30 (Sugiyono,2016).

4.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2010) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang

dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka *cronbach alpha* dengan ketentuan nilai *cronbach alpha* minimal 0,6 artinya jika nilai *cronbach alpha* yang didapatkan dari hasil perhitungan SPSS lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya jika *cronbach alpha* lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan tidak reliabel (Sugiyono,2010).

Tabel 4.5 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha

Nilai Cronbach Alpha	Tingkat Keandalan
0.00 - 0.20	Kurang Andal
0.21 - 0.40	Agak Andal
0.41 - 0.60	Cukup Andal
0.61 - 0.80	Andal
0.81-1.00	Sangat Andal

4.10 Prosedur Penelitian

1. Peneliti melakukan perizinan dan survei ke Apotek Junrejo Batu.
2. Peneliti melakukan skrining untuk memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian berdasarkan hasil *survey* yang telah didapatkan.
3. Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas
4. Pengumpulan data untuk pelaksanaan analisis data penelitian, peneliti meminta kesediaan konsumen untuk bersedia menjadi responden.
5. Pengolahan data
6. Pembuatan laporan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Instrumen

Uji instrumen penelitian dilakukan sebelum pengambilan data penelitian. Uji instrumen bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan benar – benar telah layak digunakan yaitu telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Uji instrumen dilakukan pada 30 konsumen apotek Junrejo di luar sampel penelitian. Hasil uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut.

5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sekaran, 2003)

Hasil pengujian validitas yang dilakukan dengan teknik korelasi *pruduk moment*, sebagai berikut:

Tabel 5.1 Hasil uji validitas kuesioner kepuasan konsumen

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Bukti langsung (Tangible)			
1	0,586	0,361	Valid
2	0,601	0,361	Valid
3	0,787	0,361	Valid
4	0,767	0,361	Valid
5	0,457	0,361	Valid
6	0,569	0,361	Valid
kehandalan (reliability)			
7	0,176	0,361	tidak valid
8	0,147	0,361	tidak valid
9	0,500	0,361	Valid
10	0,499	0,361	Valid
11	0,378	0,361	Valid
12	0,616	0,361	Valid
13	0,672	0,361	Valid

14	0,599	0,361	Valid
Daya Tanggap (responsiveness)			
15	0,426	0,361	Valid
16	0,631	0,361	Valid
17	0,640	0,361	Valid
18	0,529	0,361	Valid
19	0,641	0,361	Valid
20	0,587	0,361	Valid
21	0,529	0,361	Valid
22	0,350	0,361	tidak valid
Jaminan (assurance)			
23	0,608	0,361	Valid
24	0,554	0,361	Valid
25	0,473	0,361	Valid
26	0,717	0,361	Valid
Empati (empathy)			
27	0,758	0,361	Valid
28	0,677	0,361	Valid
29	0,713	0,361	Valid
30	0,724	0,361	Valid
31	0,752	0,361	Valid
32	0,762	0,361	Valid

Uji validitas dilakukan pada kuesioner mencakup 5 dimensi dalam mengukur kepuasan konsumen. Jumlah pernyataan pada kuesioner 32 butir pernyataan. Kuesioner akan diujikan pada 30 konsumen apotek Junrejo di luar sampel penelitian. Setelah dilakukan validasi maka digunakan 29 butir pernyataan karena 3 butir pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang digunakan sudah mewakili pernyataan lain untuk setiap dimensinya sehingga 3 butir pernyataan tersebut dihapus dari kuesioner yaitu pada pernyataan no 7, 8, dan 22 yang terdapat beberapa pernyataan yang dibuang dari kuesioner yaitu 2 pernyataan dari dimensi kehandalan dan 1 dari dimensi daya tanggap. Berdasarkan hasil statistik maka pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah sebanyak 29 pernyataan, dari 29 pernyataan ini juga yang akan digunakan untuk uji reliabilitas.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran Reliabilitas berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Reliabilitas instrumen berhubungna dengan masalah ketepatan hasil. Reliabilitas pada penelitian ini diuji menggunakan *Cronbach alpha* sebagai koefisien dari reliabilitas. *Cronbach alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan bagaimana bagian-bagian dari suatu set korelasi secara positif satu sama lain (Sekaran, 2003).

Instrumen yang reliabel adalah (Sekaran, 2003)

- Jika koefisien alpha (α) pengujian lebih besar dari 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner layak digunakan (reliabel)
- Jika koefisien alpha (α) pengujian lebih kecil dari 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner tidak layak digunakan (reliabel)

Tabel 5.2 Uji reliabilitas kuesioner

<i>Cronbach's Alpha</i>	Pembanding	Keterangan
0,942	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 5.2 hasil uji reliabilitas pada penelitian sebesar 0.942 maka dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner ini dinyatakan reliabel.

Penelitian ini dilakukan di apotek Junrejo Batu pada bulan April sampai Juni 2020. Pengambilan data dengan cara memberikan kuesioner kepada konsumen yang berkunjung ke apotek Junrejo yang memenuhi kriteria inklusi. Jumlah konsumen dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen.

5.2 Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dalam pembahasan ini hanya untuk menggambarkan secara deskriptif konsumen yang membeli obat tanpa resep di Apotek Junrejo Batu pada bulan April sampai Juni 2020 dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur, pekerjaan dan jumlah kunjungan ke apotek.

5.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin, laki – laki dan perempuan mempunyai kebutuhan yang berbeda, jasa – jasa profesional dan berbeda pula dengan pendekatan mereka untuk membeli jasa tersebut (Kotler, 1987).

Tabel 5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki – laki	42	42 %
Perempuan	58	58 %
Jumlah	100	100%

Pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa pada penelitian ini konsumen yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 42 %, dan konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebesar 58 %. Dari data tersebut dapat diperoleh bahwa konsumen di apotek Junrejo didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan. Penggunaan pelayanan kesehatan oleh perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wiwin 2016 menyatakan bahwa jenis kelamin dapat mempengaruhi persepsi konsumen, wanita

lebih cenderung berfikir menggunakan perasaan dan laki-laki menggunakan logika. Hal tersebut dikarenakan wanita mempunyai kejadian dan resiko penyakit yang lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Indikator fisiologis yang berbeda (umur, dan jenis kelamin) dan siklus hidup menunjukkan asumsi bahwa perbedaan derajat kesehatan, derajat kesakitan dan penggunaan pelayanan kesehatan sedikit banyak akan berhubungan dengan data demografi tersebut. (Notoatmodjo,2010).

5.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Golongan usia, keinginan dan kesanggupan seseorang berubah sesuai bertambahnya usia (Koler, 1987).

Tabel 5.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
15-24 tahun	2	2 %
25-34 tahun	47	47 %
35-44 tahun	45	45 %
45-64 tahun	6	6 %
≥65 tahun	0	0
Jumlah	100	100

Berdasarkan karakteristik umur konsumen pada tabel 5.4 tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak berkunjung ke apotek adalah konsumen berumur 25-34 tahun sekitar 47 orang dengan persentase sebesar 47 % dan paling sedikit konsumen berumur 15-24 tahun dibawah 2 orang dengan persentase sebesar 2 %. Hal ini menunjukkan adanya dominasi atau kepentingan yang lebih besar dari kelompok lain (kelompok/golongan usia). Dengan melihat hasil ini, perhatian masyarakat khususnya konsumen atau pelanggan apotek Junrejo terhadap kesehatan, baik itu kesehatan diri sendiri maupun kesehatan keluarga sangat penting, sehingga cenderung melakukan tindakan pengobatan yang salah satunya berbentuk tindakan pembelian obat. Hal ini didukung oleh pernyataan

sumarwan (2004) yang menyatakan bahwa umur dewasa memiliki cara berfikir dan mengambil keputusan yang optimal sehingga mempengaruhi bagaimana hasil penilaian terhadap kualitas produk. Factor usia dapat mempengaruhi pembelian suatu produk, kategori usia menyebabkan perbedaan ketertarikan dan kesukaan pada suatu produk. Dan hal ini juga didukung oleh pernyataan umar (2001) yang menyatakan bahwa bersamaan dengan bertambahnya usia, beberapa kemampuan fisiologis ikut menurun dan biasa dimulai di usia 30-45 tahun.

5.2.3 Karakteristik konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan, dengan adanya tingkat pendidikan yang berbeda akan memperlihatkan persepsi penggunaan yang berbeda pula (Kotler,1987).

Tabel 5.5 Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
SMP	2	2 %
SMA	41	41 %
Perguruan Tinggi	57	57 %
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 5.5 di atas diketahui bahwa konsumen terbanyak memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 57 % dan konsumen paling sedikit pada jenjang pendidikan SMP sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 2 %. Hal ini menunjukkan bahwa adanya dominasi tingkat pendidikan konsumen apotek Junrejo, yaitu berlatar belakang pendidikan perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiwin (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan informasi obat. Tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi nilai – nilai yang dianutnya, cara berfikir, cara pandang bahkan persepsinya

terhadap suatu masalah. Penelitian lain juga menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang akan suatu hal dan hal tersebut mempengaruhi pula terhadap cara berperilaku seseorang (Ruditya, 2014). Menurut Notoadmodjo (2003) pengetahuan merupakan stimulus bagi health seeking behavior, yaitu perilaku seseorang dalam mencari pengobatan. Hal tersebut dikarenakan kesadaran seseorang tersebut terhadap kesehatan sekuensinya dalam penggunaan layanan kesehatan yang lebih tinggi pula.

5.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 5.6 Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
Pelajar	10	10 %
Mahasiswa	15	15 %
Mahasiswi	20	20 %
Pegawai negeri sipil	10	10 %
Wiraswasta	26	26 %
Ibu rumah tangga	17	17 %
Lain-lain	2	2 %
Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 5.6 di atas menunjukkan bahwa konsumen dengan pekerjaan terbanyak adalah wiraswasta sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 26 % dan konsumen dengan pekerjaan paling sedikit adalah dengan pekerjaan lain – lain sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 2 %. Status pekerjaan berhubungan dengan penilaian kualitas produk karena pada seseorang yang berkerja memungkinkan mendapatkan informasi mengenai suatu produk lebih banyak dibanding dengan seseorang yang tidak bekerja. Pelanggan mendapatkan motivasi dan kepercayaan diri untuk memilih dan mengambil keputusan membeli karena dorongan dari informasi yang didapat (Heitman et. al., 2007). Hal ini didukung oleh pernyataan Wiwin (2016) yang mengatakan bahwa pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Profesi dan

pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya. Notoatmodjo (2003) yang menyatakan bahwa Pasien yang berlatar belakang bekerja memungkinkan mendapatkan informasi mengenai produk yang lebih baik, sehingga memiliki tuntutan akan produk yang lebih baik dari apa yang didupatkannya. Informasi tersebut dapat membantu seseorang untuk memutuskan atau mengambil suatu keputusan untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan untuk dirinya.

5.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Apotek

Tabel 5.7 Karakteristik konsumen berdasarkan kunjungan ke Apotek

Frekuensi Kunjungan	Jumlah (orang)	Persentase
Pertama kali	13	13 %
2-5 kali	38	38 %
>5 kali	49	49 %
Jumlah	100	100 %

Berdasarkan jumlah kunjungan ke apotek, konsumen terbanyak yang datang ke apotek adalah mereka yang sudah berkunjung ke apotek tersebut lebih dari 5 kali, yaitu sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 49 %. Selain itu dibuktikan pula dengan hasil penelitian ini bahwa kunjungan konsumen ke apotek yang baru pertama kali memiliki persentase paling kecil dengan jumlah konsumen 13 orang dengan persentase 13 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merupakan pelanggan tetap di apotek Junrejo dan juga merupakan konsumen sudah mempunyai loyalitas pada apotek Junrejo Batu. Penelitian yang dilakukan oleh Ellya dan Dian (2007) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Berdasarkan pembahasan diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu bentuk perasaan atas kenyamanan konsumen terhadap pelayanan apotek yang

menunjukkan adanya pengaruh yang positif kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

5.3 Analisis Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Junrejo Batu

Berdasarkan hasil penilaian kinerja dan harapan kualitas pelayanan, akan diperoleh perhitungan sebagai berikut:

5.3.1 Perhitungan Nilai Harapan Konsumen

Nilai harapan menunjukkan besarnya harapan konsumen terhadap kualitas yang akan diterimanya. Berikut contoh perhitungan nilai harapan konsumen untuk pertanyaan 1 dari hasil rekapitulasi dari 100 responden:

$$\begin{aligned}\sum Y_i &= (60 \times 5) + (40 \times 4) + (0 \times 0) + (0 \times 0) + (0 \times 0) \\ &= 300 + 120 \\ &= 460 \\ Y_i &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{460}{100} = 4,6\end{aligned}$$

Tabel 5.8 Nilai Harapan Konsumen

Pertanyaan	Nilai Skor ($\sum Y_i$)	Nilai Harapan Konsumen (Y_i)
Atribut 1	460	4,60
Atribut 2	457	4,57
Atribut 3	456	4,56
Atribut 4	462	4,62
Atribut 5	465	4,65
Atribut 6	462	4,62
Atribut 7	481	4,81
Atribut 8	477	4,77
Atribut 9	478	4,78
Atribut 10	477	4,77
Atribut 11	476	4,76
Atribut 12	469	4,69
Atribut 13	468	4,68
Atribut 14	469	4,69
Atribut 15	472	4,72
Atribut 16	468	4,68
Atribut 17	469	4,69
Atribut 18	473	4,73
Atribut 19	496	4,66
Atribut 20	476	4,76
Atribut 21	481	4,81
Atribut 22	479	4,79
Atribut 23	478	4,78
Atribut 24	458	4,58
Atribut 25	453	4,53
Atribut 26	457	4,57
Atribut 27	452	4,52
Atribut 28	452	4,52
Atribut 29	455	4,55

5.3.2 Perhitungan Nilai Aktual Performance yang diterima Konsumen

Nilai aktual (performance) menunjukkan penilaian kualitas layanan yang diterima konsumen. Berikut contoh perhitungan nilai performance untuk pertanyaan atribut 1 dari hasil rekapitulasi data 100 koresponden

$$\begin{aligned}\sum X_i &= (39 \times 5) + (49 \times 4) + (12 \times 3) + (0 \times 0) + (0 \times 0) \\ &= 195 + 196 + 36 \\ &= 427\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}X_i &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= \frac{427}{100} = 4,27\end{aligned}$$

Tabel 5.9 Nilai Performance Yang Diterima Konsumen

Pertanyaan	Nilai Skor ($\sum XI$)	Nilai Performance (Xi)
Atribut 1	427	4,27
Atribut 2	425	4,25
Atribut 3	430	4,30
Atribut 4	413	4,13
Atribut 5	424	4,24
Atribut 6	436	4,36
Atribut 7	442	4,42
Atribut 8	435	4,35
Atribut 9	450	4,50
Atribut 10	443	4,43
Atribut 11	436	4,36
Atribut 12	420	4,20
Atribut 13	421	4,21
Atribut 14	417	4,17
Atribut 15	430	4,30
Atribut 16	430	4,30
Atribut 17	425	4,25
Atribut 18	431	4,31
Atribut 19	423	4,23
Atribut 20	450	4,50
Atribut 21	453	4,53
Atribut 22	455	4,55
Atribut 23	452	4,52
Atribut 24	427	4,27
Atribut 25	424	4,24
Atribut 26	424	4,24
Atribut 27	427	4,27
Atribut 28	420	4,20
Atribut 29	427	4,27

5.4 Perhitungan Nilai Servqual

Nilai servqual dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\text{Servqual GAP} = (\text{Skor Kinerja}) - (\text{Skor Harapan})$$

Berdasarkan hasil analisis GAP antara persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan apotek junrejo yang diteliti diperoleh hasil sebagai berikut:

5.4.1 GAP Dimensi Servqual

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5. 10 Nilai GAP Dimensi Servqual

No.	Dimensi Kualitas Jasa Layanan	Rata-rata		Kesenjangan/ GAP
		Kenyataan	Harapan	
1	Bukti Langsung	4,25	4,58	-0,33
2	Kehandalan	4,41	4,77	-0,36
3	Daya Tanggap	3,74	4,69	-0,95
4	Jaminan	4,52	4,78	-0,26
5	Empati	4,24	4,54	-0,3
Rata-Rata Total		4,23	4,67	-0,44

Tingkat kepuasan ditentukan beberapa kategori yang akan menunjukkan seberapa besar tingkat kepuasan tersebut, sangat baik (2,41-4,00), baik (0,80-2,40), sedang (-0,81 – 0,80), buruk (-2,41- (-0,80) , sangat buruk (-4,00 – (-2,40). Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai rata – rata total GAP sebesar -0,44 dengan tingkat kepuasan sedang. Dimensi yang memiliki GAP terkecil atau tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi empati dengan nilai kesenjangan -0,3 dan tingkat kepuasan yang dirasakan sedang.

Hasil kualitas layanan pada semua dimensi di apotek Junrejo masuk dalam kategori (-0,81 – 0,80) yaitu kepuasan sedang, dengan rata – rata GAP atau kesenjangan sebesar (-0,44). Angka negatif ini menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas (harapan lebih besar dari kinerja) terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak apotek Junrejo. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh apotek Junrejo belum sesuai dengan harapan konsumen.

Persepsi tertinggi dimensi jaminan (4,54) artinya pada dimensi jaminan ini merupakan tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen akan melihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh apotek terjamin dan dapat menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan konsumen, pada dimensi ini pelayanan yang dirasakan sangat baik sedangkan ekspektasi tertinggi dimensi jaminan (4,78) artinya dimensi ini ekspektasinya sangat penting. Pada dimensi jaminan ini menunjukkan bahwa petugas apotek memiliki pengetahuan yang sangat baik terhadap informasi obat.

5.4.2 GAP Atribut Dimensi Servqual

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui penilaian konsumen terhadap seluruh atribut dimensi kualitas pelayanan pada apotek Junrejo berdasarkan tingkat harapan maupun persepsi. Hasil perhitungan GAP atribut tiap dimensi dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.11 Distribusi Nilai Kenyataan dan Harapan atribut dimensi servqual

Dimensi	No	Pertanyaan	Rata – Rata		GAP
			Kenyataan	Harapan	
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	1	Letak Apotek Junrejo mudah dijangkau	4,27	4,60	-0,33
	2	Letak apotek yang strategis	4,25	4,57	-0,32
	3	Apotek terlihat bersih	4,30	4,56	-0,26
	4	Ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi	4,13	4,62	-0,49
	5	Obat yang tersedia lengkap	4,24	4,56	-0,41
	6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	4,36	4,62	-0,26
		Rata –rata	4,25	4,58	-0,33
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	7	Petugas apotek memberi informasi tentang aturan pakai obat	4,42	4,81	-0,39
	8	Petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat	4,35	4,77	-0,42
	9	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	4,50	4,78	-0,28
	10	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat- obatan yang didapatnya	4,43	4,77	-0,34
	11	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk untuk menceritakan keluhannya	4,36	4,76	-0,4
		Rata – rata	4,41	4,77	-0,36
Daya Tanggap	12	Petugas apotek selalu menyapa	4,20	4,69	-0,49

(Responsiveness)	13	Kemampuan Petugas memberikan pelayanan dengan cepat dan benar	4,21	4,68	-0,47
	14	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan	4,17	4,69	-0,52
	15	Petugas apotek junrejo menjawab cepat dan tanggap saat melayani konsumen	4,30	4,72	-0,42
	16	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat	4,30	4,68	-0,38
	17	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen	4,25	4,69	-0,44
	18	Petugas langsung melayani konsumen yang datang	4,31	4,73	-0,42
	19	Petugas tidak sedang sibuk bermain HP saat ada konsumen	4,23	4,66	-0,43
		Rata – rata	3,74	4,69	-0,95
Jaminan (Assurance)	20	Petugas apotek junrejo memiliki pengetahuan serta kemampuan yang mencukupi dalam memberikan informasi obat	4,50	4,76	-0,26
	21	Obat yang diberikan terjamin kualitasnya	4,53	4,81	-0,28
	22	Tanggal kadaluarsa obat tertulis/ atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen	4,55	4,79	-0,24
	23	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	4,52	4,78	-0,26
		Rata – rata	4,52	4,78	-0,26
Empati (Empaty)	24	Petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen	4,27	4,58	-0,31
	25	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen	4,24	4,53	-0,29
	26	Petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen	4,24	4,57	-0,33
	27	Menjaga hubungan baik kepada konsumen	4,27	4,52	-0,25
	28	Petugas apotek mengerti keluhan konsumen	4,20	4,52	-0,32
	29	Terjadi komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen	4,27	4,55	-0,28
		Rata – rata	4,24	4,54	-0,3
	Rata – rata Total Dimensi	4,23	4,67	-0,44	
Rata- Rata Keseluruhan			4,31	4,34	-0,03

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Atribut kualitas layanan yang memiliki GAP terkecil/ tingkat kepuasan tertinggi adalah atribut 11 (-0,4) yaitu petugas aptek memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menceritakan keluhannya
- b. Atribut kualitas layanan yang memiliki GAP terbesar / tingkat kepuasan terendah adalah atribut 14 (-0,52) yaitu petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan yang artinya petugas apotek tidak mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen, hal ini sangat penting karena petugas apotek harus menyelesaikan masalah pelayanan

seperti membantu dalam memberikan solusi bila ada hambatan. Pada atribut ini konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan.

5.4.2.1 Dimensi Bukti Langsung

Tabel 5.12 GAP atribut dimensi bukti langsung

No	Item	Kenyataan	Harapan	GAP
1	Letak Apotek Junrejo mudah dijangkau	4,27	4,60	-0,33
2	Letak apotek yang strategis	4,25	4,57	-0,32
3	Apotek terlihat bersih	4,30	4,56	-0,26
4	Ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi	4,13	4,62	-0,49
5	Obat yang tersedia lengkap	4,24	4,56	-0,41
6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	4,36	4,62	-0,26
Rata – rata Total		4,25	4,58	-0,33

Tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut 6 dengan nilai GAP -0,26 yaitu petugas apotek berpakaian bersih dan rapi. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar petugas apotek sudah memperhatikan penampilan mereka. Atribut ini menjadi penting karena secara langsung berkaitan dengan pandangan konsumen tentang petugas dan pelayanan. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen terendah adalah atribut 4 dengan nilai GAP -0,49 yaitu ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi. Ini menunjukkan bahwa ruang tunggu apotek tidak tertata dengan rapi. Atribut ini sangat penting bahwa untuk menarik konsumen dan membuat mereka merasa nyaman serta tidak terganggu dengan apotek yang tidak rapi dan berantakan. Pada tabel di atas menunjukkan nilai GAP total sebesar (-0,33). Hal ini dilihat dari nilai total GAP yang negatif (-) berarti konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan dimensi bukti langsung.

5.4.2.2 Dimensi Kehandalan

Tabel 5.13 Atribut dimensi kehandalan

No.	Item	Kenyataan	Harapan	GAP
1	Petugas apotek memberi informasi tentang aturan pakai obat	4,42	4,81	-0,39
2	Petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat	4,35	4,77	-0,42
3	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	4,50	4,78	-0,28
4	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat- obatan yang didapatnya	4,43	4,77	-0,34
5	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menceritakan keluhannya	4,36	4,76	-0,4
Rata – rata		4,41	4,77	-0,37

Berdasarkan tabel di atas tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut 5 GAP (-0,4) yaitu Petugas apotek memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menceritakan keluhannya. Ini menunjukkan bahwa petugas apotek selalu memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan keluhannya. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen terendah adalah atribut 2 GAP (-0,42) yaitu petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pelayanan pada atribut ini belum sesuai dengan harapan konsumen. Berdasarkan tabel di atas nilai GAP total sebesar (-0,37) Hal ini berarti konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan dari dimensi kehandalan.

5.4.2.3 Dimensi Daya Tanggap

Tabel 5. 14 Atribut dimensi daya tanggap

No	Item	Kenyataan	Harapan	GAP
1	Petugas apotek selalu menyapa	4,20	4,69	-0,49
2	Kemampuan Petugas memberikan pelayanan dengan cepat dan benar	4,21	4,68	-0,47
3	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan	4,17	4,69	-0,52
4	Petugas apotek junrejo menjawab cepat dan tanggap saat melayani konsumen	4,30	4,72	-0,42
5	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat	4,30	4,68	-0,38
6	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen	4,25	4,69	-0,44
7	Petugas langsung melayani konsumen yang datang	4,31	4,73	-0,42
8	Petugas tidak sedang sibuk bermain HP saat ada konsumen	4,23	4,66	0,43
Rata – Rata		3,74	4,69	-0,95

Tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut 5GAP (-0,38) yaitu setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat, ini menunjukkan bahwa petugas mampu mengatasi keluhan yang di alami konsumen, atribut ini sangat penting karena seringkali konsumen memiliki permasalahan yang terkait dengan beberapa hal yang mereka tidak ketahui dari pengobatan. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen terendah adalah atribut 3 GAP (-0,51) yaitu petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan artinya petugas apotek tidak pernah memberikan solusi terhadap keluhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pada atribut ini konsumen merasa sangat penting namun pelayanannya tidak sesuai harapan konsumen. Berdasarkan tabel di atas, nilai GAP total sebesar (-0,95). Hal ini berarti konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan dari dimensi daya tanggap.

5.4.2.4 Dimensi Jaminan

Tabel 5. 15 Atribut dimensi jaminan

No	Item	Kenyataan	Harapan	GAP
1	Petugas apotek junrejo memiliki pengetahuan serta kemampuan yang mencukupi dalam memberikan informasi obat	4,50	4,76	-0,26
2	Obat yang diberikan terjamin – kualitasnya	4,53	4,81	-0,28
3	Tanggal kadaluarsa obat tertulis/ atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen	4,55	4,79	-0,24
4	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	4,52	4,78	-0,26
Rata – rata		4,52	4,78	-0,26

Berdasarkan tabel diatas tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut 3 (94,99%) GAP (-0,24) yaitu tanggal kadaluarsa obat tertulis atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen, artinya petugas apotek selalu menyampaikan tanggal kadaluarsa obat kepada konsumen. sedangkan tingkat kepuasan terendah adalah atribut 2 GAP (-0,28) yaitu obat yang diberikan terjamin kualitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa kenyataan yang dirasakan konsumen belum sesuai dengan harapan. Berdasarkan tabel di atas, nilai GAP total sebesar -0,26. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan dari dimensi jaminan.

5.4.2.5 Dimensi Empati

Tabel 5.16 Atribut dimensi empati

No	Item	Kenyataan	Harapan	GAP
1	Petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen	4,27	4,58	-0,31
2	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen	4,24	4,53	-0,29
3	Petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen	4,24	4,57	-0,33
4	Menjaga hubungan baik kepada konsumen	4,27	4,52	-0,25
5	Petugas apotek mengerti keluhan konsumen	4,20	4,52	-0,32
6	Terjadi komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen	4,27	4,55	-0,28
Rata – rata		4,24	4,54	-0,3

Berdasarkan tabel di atas tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut 4 GAP (-0,25) yaitu menjaga hubungan baik kepada konsumen, artinya petugas apotek selalu menjaga hubungan baik kepada semua konsumen yang datang membeli obat, sedangkan tingkat kepuasan konsumen terendah adalah atribut 3 GAP (-0,33) yaitu petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen. Berdasarkan tabel di atas total nolai GAP sebesar -0,3. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap pelayanan yang diberikan dimensi empati.

5.5 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Indeks kepuasan pelanggan (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh (Sugiharto, 2008). CSI digunakan dengan pendekatan yang mempertimbangkan kepentingan dari atribut- atribut yang diukur (Syukri, 2014). Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan responden terhadap pelayanan apotek Junrejo ditunjukkan pada tabel 5.17

Tabel 5.17. *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

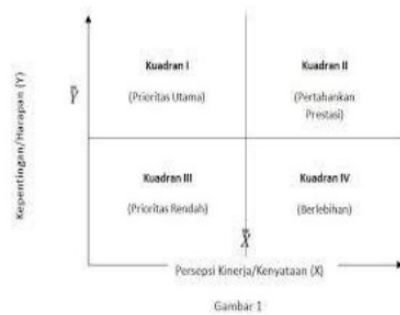
No	Kenyataan (MSS)	Harapan (MIS)	WF	WS
1	4.27	4.6	0.04	0.16
2	4.25	4.57	0.03	0.14
3	4.3	4.56	0.03	0.14
4	4.13	4.62	0.03	0.14
5	4.24	4.56	0.03	0.14
6	4.36	4.62	0.03	0.15
7	4.42	4.81	0.04	0.16
8	4.35	4.77	0.04	0.15
9	4.5	4.78	0.04	0.16
10	4.43	4.77	0.04	0.16
11	4.36	4.76	0.04	0.15
12	4.2	4.69	0.03	0.15
13	4.21	4.68	0.03	0.15
14	4.17	4.68	0.03	0.14
15	4.3	4.72	0.03	0.15
16	4.3	4.68	0.03	0.15
17	4.25	4.69	0.03	0.15
18	4.31	4.73	0.03	0.15
19	4.23	4.64	0.03	0.15
20	4.5	4.76	0.04	0.16
21	4.53	4.81	0.04	0.16

22	4.55	4.79	0.04	0.16
23	4.52	4.78	0.04	0.16
24	4.27	4.58	0.03	0.14
25	4.24	4.53	0.03	0.14
26	4.24	4.57	0.03	0.14
27	4.27	4.52	0.03	0.14
28	4.2	4.52	0.03	0.14
29	4.27	4.55	0.03	0.14
Jumlah	125.17	135.34	WT	4.18
$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$				86.59 %
$CSI = \frac{4.18}{5} \times 100\%$				

Berdasarkan tabel perhitungan indeks kepuasan konsumen di atas secara keseluruhan didapatkan nilai CSI sebesar 86,59 %. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai indeks kepuasan tersebut berada pada rentang 81.00 – 100,00 yang berarti secara keseluruhan konsumen apotek Junrejo merasa sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di apotek Junrejo sangat puas terhadap kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh kariawan apotek.

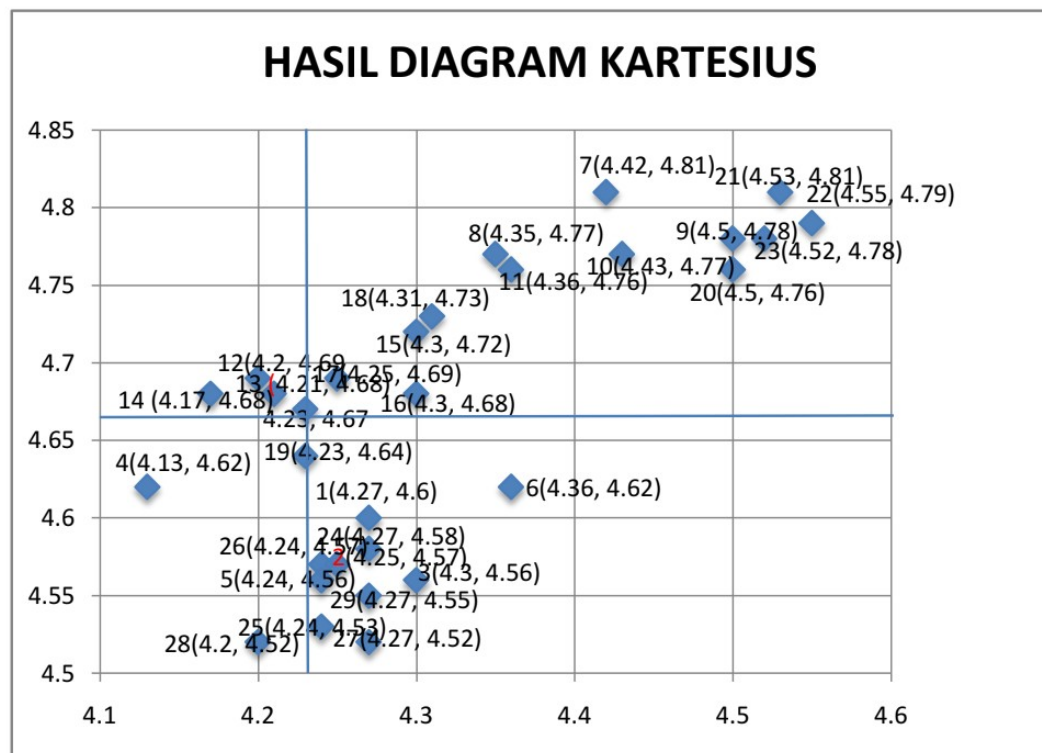
5.6 Hasil Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh apotek. Dalam pembuatan diagram kartesius, terdapat sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X merupakan penjabaran dari nilai persepsi (Kinerja) dan sumbu Y merupakan penjabaran dari nilai harapan konsumen (Umar, 2005) .



Gambar 5.1 Diagram Kartesius (Umar,2005)

Diagram kartesius dengan menggunakan data penelitian dapat dilihat pada gambar 5.2 di bawah.



Gambar 5.2 Diagram kartesius atribut tiap dimensi

Gambar di atas menunjukkan bahwa pada tiap dimensi terdapat atribut yang berada di tiap kuadran yang berbeda-beda. Berikut merupakan penjelasannya:

1. **Kuadran A (Prioritas Utama)**

Atribut yang berada pada kuadran A artinya atribut ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan konsumen cukup tinggi. Dan atribut ini perlu diprioritaskan penanganannya untuk perbaikan karena factor-faktor ini dianggap penting oleh konsumen namun kinerja masih belum memuaskan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran A adalah:

- a. Atribut 12 (4,20-4,69) yaitu petugas apotek selalu menyapa yang berarti bahwa pada atribut ini memuaskan dan dianggap penting oleh konsumen
- b. Atribut 13 (4,21-4,68) yaitu kemampuan petugas memberikan pelayanan dengan cepat dan benar
- c. Atribut 14 (4,17-4,68) yaitu petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan

Atribut yang ada dalam kuadran A ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun konsumen menilai kinerjanya rendah. Sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Karena itu, kinerja atau mutu pelayanan apotek Junrejo perlu segera ditingkatkan, agar sesuai dengan harapan konsumen.

2. **Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**

Atribut yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan apotek karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan tingkat kinerja yang tinggi pula. Atribut-atribut ini mampu dipertahankan oleh apotek Junrejo dan pada atribut ini konsumen merasa puas. Atribut-atribut yang berada dalam kuadran B ini adalah:

- a. Atribut 7 (4,42-4,81) yaitu petugas apotek member informasi tentang aturan pakai obat
- b. Atribut 8 (4,35-4,77) yaitu petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat
- c. Atribut 9 (4,50-4,78) yaitu petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti
- d. Atribut 10 (4,43-4,77) yaitu petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya
- e. Atribut 11 (4,36-4,76) yaitu petugas apotek memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menceritakan keluhannya
- f. Atribut 15 (4,30-4,72) yaitu petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat melayani konsumen
- g. Atribut 16 (4,30-4,68) yaitu setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat
- h. Atribut 17 (4,25-4,69) yaitu cepat tanggap dalam mengatasi masalah konsumen
- i. Atribut 18 (4,31-4,73) yaitu petugas langsung melayani konsumen yang datang
- j. Atribut 20 (4,50-4,76) yaitu petugas apotek memiliki pengetahuan serta kemampuannya yang mencukupi dalam memberikan informasi obat
- k. Atribut 21 (4,53-4,81) yaitu obat yang diberikan terjamin kualitasnya
- l. Atribut 22 (4,55-4,79) yaitu tanggal kadaluarsa obat tertulis atau disampaikan oleh petugas apotek
- m. Atribut 23 (4,52-4,78) yaitu obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta

Atribut yang ada dalam kuadran B merupakan prestasi bagi apotek Junrejo karena pada atribut ini konsumen merasa puas terhadap kinerja sesuai dengan harapan konsumen yang juga tinggi. Hal ini menunjukkan kualitas layanan apotek pada atribut – atribut ini menunjukkan kinerja yang baik, dengan demikian atribut – atribut tersebut perlu dipertahankan dan secara perlahan terus ditingkatkan agar penilaian kinerja layanan sama atau lebih tinggi dari penilaian kepentingan layanan.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut yang berada pada kuadran C adalah atribut yang memiliki tingkat harapan dan kinerja relative rendah. Walaupun demikian perlu adanya perbaikan. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- a. Atribut 4 (4,13-4,62) yaitu ruang tunggu nyaman dan tertata rapi
- b. Atribut 28 (4,20-4,52) yaitu petugas apotek mengerti keluhan konsumen

Atribut yang ada di kuadran C merupakan atribut yang harapan konsumen tidak begitu tinggi namun pihak apotek Junrejo juga seharusnya melakukan perbaikan. Dengan demikian atribut-atribut di atas dapat diabaikan / mempunyai skala perbaikan bagi apotek.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Atribut yang berada pada kuadran D adalah atribut yang memiliki kinerja yang menurut konsumen sangat baik, tetapi atribut ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Atribut yang berada pada kuadran D adalah:

- c. Atribut 1 (4,27-4,60) yaitu letak apotek yang mudah dijangkau

- d. Atribut 2 (4,25-4,57) yaitu letak apotek yang strategis
- e. Atribut 3 (4,30-4,56) yaitu apotek terlihat bersih
- f. Atribut 5 (4,24-4,56) yaitu obat yang tersedia lengkap
- g. Atribut 6 (4,36-4,62) yaitu petugas apotek berpakaian bersih dan rapi
- h. Atribut 19 (4,23-4,64) yaitu petugas tidak sibuk bermain HP saat ada konsumen
- i. Atribut 24 (4,27-4,58) yaitu petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen
- j. Atribut 25 (4,24-4,53) yaitu petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status social
- k. Atribut 26 (4,24-4,57) yaitu petugas apotek memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen
- l. Atribut 27 (4,27-4,52) yaitu menjaga hubungan baik kepada konsumen
- m. Atribut 29 (4,27-4,55) yaitu terjadi komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen

Atribut yang ada di kuadran D menunjukkan bahwa pada atribut ini kualitas layanan dianggap rendah bagi konsumen, tetapi kualitas layanan yang dirasakan konsumen tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut kualitas pelayanan kurang penting bagi konsumen, akan tetapi kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen tinggi, sehingga pelanggan merasa puas, hal ini berlebihan.

5.6 Melayani Konsumen Dalam Pandangan Islam

Terkait judul sub bab di atas, Allah berfirman dalam Al-qur'an Surah An-Nahl ayat 90 sebagai berikut.

Artinya : sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang melakukan perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. Ayat tersebut menegaskan bahwa islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang baik, dan bukan yang buruk. Pelayanan yang baik ini bukan hanya mengantar atau melayani. Islam pun mewajibkan setiap umatnya untuk senantiasa berbuat baik kepada sesama manusia.

Layanan konsumen merupakan bagian dari perbuatan baik yang diperintahkan Allah dalam Al-qur'an. Dalam melayani konsumen hendaklah memiliki budi pekertiyang baik, akhlak atau budi pekerti yang baik ini adalah hal yang sangat perlu menurut pandangan islam. Islam menjelaskan pentingnya kita memperhatikan akhlak yang mulia, apabila sebagai seorang apoteker yang berinteraksi, memberikan obat ke pasien untuk meningkatkan kesejahteraan dan bertanggung jawab atas kesehatan konsumen seperti apotek perlu memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kita diperintahkan berbuat kebaikan kepada siapa saja tanpa membedakan latar belakang suku, agama, rasa tau status social. Hal ini tidak boleh kita lupakan ketika berbuat baik adalah kita harus tulus dan ikhlas, melakukannya karena mengharapkan ridho Allah semata.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek Junrejo adalah konsumen merasa sangat puas terhadap kinerja pelayanan yang ada di apotek Junrejo

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, maka selanjutnya peneliti mengemukakan beberapa saran. Adapun saran – saran tersebut adalah

1. Apotek Junrejo Batu perlu menjaga pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen
2. Perlu adanya peran serta seluruh pegawai apotek junrejo untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Anief, M. 2001. *Manajemen Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Anief, M. 2008. *Manajemen Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bafhen, F. 2016. *Aspek. Legal Layanan Farmasi Komunitas Konsep Pharmaceutical Care, Edisi I. Vol.I*. Jakarta : PT.ISFI.
- Bahem, Nureeyah, 2017. *Analisi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nur Farma*. Skripsi
- Bertawati. 2013. *Profil Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Konsumen Apotek di Kecamatan Adiwerna Kota Tegal*. Caliptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No. 2 (2013)
- Departemen Kesehatan RI. 2004. Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1027/Menkes/SK/IX/2004. *Tentang Standart Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Departemen kesehatan Republik Indonesia.
- Departemen Kesehatan RI. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009. *Tentang Rumah Sakit*. Jakarta: Depkes RI
- Departemen Kesehatan RI. 2014. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 35 *Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Depkes RI.
- Dian dan Ellys. 2007. *Hubungan Kepuasan Pasien Bayar Dengan Minat Kunjungan Ulang Di Puskesmas Wisma Jaya Kota Bekasi Tahun 2007*. Makara , Kesehatan, Vol 12, No 1 Juni 2008: 42 -46
- Farida, B. 2014. *Ealuasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kota Yogyakarta*. Vol. 4, No. 2 2014: 135-141
- Fitri, M.S, Suprianto. 2017. *Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Global Medan*. Vol 1, No. 3, Agustus 2017 :91-100
- Gronroos, M. 1990. *Perceived Service Quality Model*. Published Ohio University Press. California.
- Hamka. 1978. *Tafsir Al-Azhar cet. ke-1*. Surabaya: Yayasan Latimojong

- Heitman, *et al.* 2007. *Choice Goal Attainment and Decision and Consumption Satisfaction*. *Jurnal of Marketing Research*
- Husein, Umar. 2001. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Irene, D.S. 2009. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Kementrian Kesehatan RI. 2014. *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2014*. Jakarta: Kemenkes RI
- Keputusan Menteri Kesehatan RI. 2014. Permenkes RI No 75 tahun 1014. *Tentang Puskesmas*. Jakarta.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1027 tahun 2004. *Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*, 2004, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1987. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Ketiga*, Jilid 1. Jakarta: Intermedia,
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Sebelas, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P dan Kevin, LK. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Macanan jaya Cemerlang.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks.
- Martilla, J. A. and James, J. C. 1997. *Importance performance Analysis*. *Journal of Marketing*, Vol. 41
- Moenir, 2011, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mowen, JC dan Michael M. 2001. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Nasto, Korbianus. 2007. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada AApotek Optima di Yogyakarta*. Skripsi
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan Kesehatan*. Jakarta: Renika Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta

- Nurulita, Andrian. 2009. *Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PT.Telkom Cabang Temanggung*. Skripsi Sarjana. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII
- Parasuraman, and Zeithml, V.A. 1988. *SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. Journal of Petailing
- Parasuraman dan Zeithaml, V.A. 1985. *Conceptual Model of Service Quality and its implication for future research*. Jurnal Marketing, Vol 49. 41-50.
- Peraturan Pemerintah RI, 2009. Keputusan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 Tahun 2009 : Tenaga Pekerjaan Kefarmasian.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 72. 2016. *Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek*. Jakarta: Kemenkes.
- Purnama. 2006. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global, Edisi Pertama*. Ekonisia Fakultas Ekonomi.
- Purwanti, A, Harianto, S.S. 2004. *Gambaran Pelaksanaan Standar Pelayanan Farmasi di Apotek DKI Jakarta Tahun 2003*. Majalah Ilmu Kefarmasian Vol.1 No.2 (2004).
- Rangkuti, F. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruditya, D. N. 2014. *Faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Penderita Tuberkulosis untuk Memeriksa Dahak Selama Pengobatan (Studi di Wilayah Kerja Puskesmas Tanah Kalikedinding Kota Surabaya)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sastroasmoro. 2008. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis*. Jakarta : Sagung Seto.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Method for Business A Skill – Building Approach*, 4th Edition. Jakarta: Salemba Empat
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Situmorang. 2000. *Data Penelitian Menggunakan Program SPSS*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penilitin Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukrasno dkk, 2019. *Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame*. Jurnal Famasi Malahayati Vol 2 No 1, januari 2019
- Syukri. 2014. *Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 13, No.2. ISSN 1412-6869.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Stevenson. 2012. *Operations Management*. New York: McGraw-Hill.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*. 18. Malang: Bayumedia
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wiwin. 2016. *Penilaian Terhadap Penerapan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek –Apotek di Kota Ketapang Tahun 2006*. Skripsi
- Yuniar, Y. 2016. *Kepuasan Pasien Peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Jurnal Kefarmasian.

**Lampiran 1. Penjelasan Sebelum Persetujuan Untuk Penelitian
(PSP)**

1. Saya Norma Endang DH berasal dari program studi Farmasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan ini meminta Ibu/Bapak/Saudara/saudari untuk berpartisipasi dengan sukarela dalam penelitian yang berjudul **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Junrejo Batu.**
2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek junrejo. Penelitian ini akan berlangsung selama 10-15 menit dan anda adalah orang yang memenuhi persyaratan untuk terlibat dalam penelitian ini.
3. Prosedur pengambilan data/ bahan penelitian dilakukan dengan cara mengisi kuisisioner yang membutuhkan waktu 5-10 menit. Cara ini mungkin menyebabkan ketidak nyamanan yaitu mengganggu waktu anda untuk mengisi kuisisioner tetapi anda tidak perlu khawatir karena kami berusaha membuat ini tidak terlalu lama dan anda nyaman. Saya berharap anda bersedia menjadi partisipan pada penelitian ini dan dapat menjawab dengan jujur semua pertanyaan dan mengikuti dengan ikhlas setiap aktivitas yang akan kami lakukan.
4. Keuntungan yang anda peroleh dalam keikutsertaan anda pada penelitian ini adalah menyumbang dan memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam pelayanan obat tanpa resep.
5. Seandainya anda tidak menyetujui cara ini maka anda boleh tidak mengikuti penelitian ini sama sekali. Untuk itu anda tidak dikenakan sanksi apapun.
6. Nama dan jati diri serta seluruh data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya.
7. Apabila saudara memerlukan informasi/ bantuan yang terkait dengan penelitian ini. Norma endang HP. 08123588201 sebagai peneliti utama

PENELITI

Norma Endang DH

Lampiran 2. Persetujuan Menjadi Responden

INFORMED CONSENT

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa saya telah mendapat penjelasan secara rinci dan telah mengerti mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh Norma Endang DH dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Junrejo Batu**”. Saya memutuskan setuju untuk ikut berpartisipasi pada penelitian ini secara sukarela tanpa paksaan. Bila selama penelitian ini saya menginginkan mengundurkan diri, maka saya dapat mengundurkan sewaktu-waktu tanpa sanksi apapun.

Mengetahui

Malang, tgl2020

Ketua Pelaksana Penelitian

Yang Memberikan Persetujuan

(.....)

(.....)

Saksi

(.....)

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	JUMLAH		
1	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	132	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	131	
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	96		
6	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	121		
7	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	129	
8	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	139	
9	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138	
10	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	139	
11	3	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	103	
12	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	125	
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	144	
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	144	
15	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	129
16	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	133	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	144	
18	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	132	
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	141	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
21	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	142	
22	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	134	
23	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	135	
24	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	134	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	120	
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	128	
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	136	
29	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	134	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
Varian butir	0,533333	0,355172	0,74023	0,809195	0,217241	0,202299	0,309195	0,248276	0,322989	0,298851	0,309195	0,326437	0,298851	0,317241	0,317241	0,317241	0,322989	0,327586	0,309195	0,309195	0,662069	0,322989	0,74023	0,74023	0,667816	0,671264	0,8	0,8	0,741379	13,33793		
																															148,2575	

$$rac = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2} \right)$$

keterangan :			
Rac	=	koefisien reliabilitas alpha cronbach	
K	=	banyak butir/ item pertanyaan	
$\sum ab^2$	=	jumlah/total varian per-butir/ item pertanyaan	
σt^2	=	jumlah atau total varian	
k		29	rac
k/k-1		1,035714	0,942537
$\frac{\sum ab^2}{\sigma t^2}$		0,089965	
$\left(1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2} \right)$		0,910035	

instrumen dikatakan memiliki tingkat reliabilitas tinggi jika rac > 0,6

Lampiran 5. Kuesioner

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
BUKTI LANGSUNG (<i>Tangible</i>)											
					1	Letak Apotek Junrejo mudah dijangkau					
					2	Letak apotek yang strategis					
					3	Apotek terlihat bersih					
					4	Ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi					
					5	Obat yang tersedia lengkap					
					6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi					
KEHANDALAN (<i>reliability</i>)											
					7	Petugas apotek memberi informasi tentang aturan pakai obat					
					8	Petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat					
					9	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
					10	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat- obatan yang didapatnya					
					11	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk untuk menceritakan keluhannya					
DAYA TANGGAP (<i>responsiveness</i>)											
					12	Petugas apotek selalu menyapa					
					13	Kemampuan Petugas memberikan pelayanan dengan cepat dan benar					
					14	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan					
					15	Petugas apotek junrejo menjawab cepat dan tanggap saat melayani konsumen					
					16	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat					
					17	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen					
					18	Petugas langsung melayani konsumen yang datang					
					19	Petugas tidak sedang sibuk bermain HP saat ada konsumen					

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
JAMINAN (<i>assurance</i>)											
					20	Petugas apotek junrejo memiliki pengetahuan serta kemampuan yang mencukupi dalam memberikan informasi obat					
					21	Obat yang diberikan terjamin kualitasnya					
					22	Tanggal kadaluarsa obat tertulis/ atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen					
					23	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta					
EMPATI (<i>Empathy</i>)											
					24	Petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen					
					25	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen					
					26	Petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen					
					27	Menjaga hubungan baik kepada konsumen					
					28	Petugas apotek mengerti keluhan konsumen					
					29	Terjadi komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen					

Lampiran 6. Data Demografi Responden

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek	Obat yang dibeli untuk
1.	Perempuan	24	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
2.	Perempuan	42	S1	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / Keluarga
3.	Laki- laki	13	SMP	Pelajar	2-5 kali	Anak /Keluarga
4.	Perempuan	24	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
5.	Perempuan	20	S1	Mahasiswi	>5 kali	Diri sendiri
6.	Laki- laki	24	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
7.	Perempuan	25	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
8.	Laki- laki	25	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
9	Laki- laki	25	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
10	Laki- laki	25	S1	Mahasiswa	>5 kali	Diri sendiri
11	Laki- laki	30	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Anak/ keluarga
12	Laki- laki	20	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Diri sendiri
13	Perempuan	25	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
14	Laki- laki	25	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Diri sendiri
15	Perempuan	25	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Anak / keluarga
16	Perempuan	30	S1	Wiraswasta	>5 kali	Anak /keluarga
17	Perempuan	42	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / keluarga
18	Perempuan	20	S1	Mahasiswi	Pertama kali	Diri sendiri
19	Laki- laki	25	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
20	Perempuan	40	S1	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / keluarga
21	Perempuan	19	S1	Mahasiswi	>5 kali	Diri sendiri
22	Laki- laki	28	S1	Pegawai negeri sipil	Pertama kali	Diri sendiri

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek	Obat yang dibeli untuk
23	Perempuan	25	S1	Wiraswasta	>5 kali	Anak / keluarga
24	Laki- laki	30	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Anak / keluarga
25	Laki- laki	20	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
26	Perempuan	24	S1	Mahasiswi	>5 kali	Diri sendiri
27	Laki- laki	25	S1	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
28	Laki- laki	32	S1	Pegawai negeri sipil	2-5 kali	Anak / keluarga
29	Perempuan	25	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / keluarga
30	Perempuan	26	S1	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / keluarga
31	Perempuan	36	S2	Pegawai negeri sipil	2-5 kali	Diri sendiri
32	Perempuan	27	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Diri sendiri
33	Perempuan	21	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
34	Perempuan	40	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Anak / keluarga
35	Laki- laki	38	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
36	Perempuan	28	S1	Ibu rumah tangga	2-5 kali	Diri sendiri
37	Perempuan	39	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Anak/ keluarga
38	Perempuan	42	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Anak/ keluarga
39	Perempuan	18	SMA	Pelajar	2-5 kali	Diri sendiri
40	Perempuan	30	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Diri sendiri
41	Perempuan	44	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/keluarga
42	Perempuan	46	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Anak/keluarga
43	Perempuan	29	S1	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
44	Perempuan	24	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
45	Perempuan	30	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
46	Laki- laki	29	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Anak / keluarga

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek	Obat yang dibeli untuk
47	Perempuan	17	SMP	Pelajar	>5 kali	Diri sendiri
48	Laki- laki	27	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Diri sendiri
49	Perempuan	23	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
50	Perempuan	25	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Diri sendiri
51	Perempuan	21	S1	Mahasiswi	>5 kali	Diri sendiri
52	Perempuan	20	S1	Mahasiswi	>5 kali	Diri sendiri
53	Perempuan	28	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Anak/ keluarga
54	Perempuan	36	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Diri sendiri
55	Laki- laki	28	S1	Lain-lain	>5 kali	Orang lain
56	Laki-laki	17	SMA	Pelajar	>5 kali	Diri sendiri
57	Laki- laki	22	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
58	Laki- laki	18	SMA	Pelajar	>5 kali	Diri sendiri
59	Perempuan	23	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
60	Laki-laki	27	SMA	Lain-lain	>5 kali	Orang lain
61	Laki- laki	21	SMA	Wraswasta	>5 kali	Diri sendiri
62	Laki- laki	22	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Orang lain
63	Laki-laki	22	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Orang lain
64	Laki- laki	17	SMA	Pelajar	>5 kali	Anak/ keluarga
65	Laki- laki	22	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
66	Laki-laki	22	S1	Mahasiswa	>5 kali	Orang lain
67	Laki- laki	24	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
68	Perempuan	19	SMA	Pelajar	>5 kali	Diri sendiri
69	Perempuan	22	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Orang lain
70	Laki- laki	31	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Orang lain

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek	Obat yang dibeli untuk
71	Laki- laki	32	S1	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
72	Laki –laki	30	SMA	Wiraswasta	>5 kalai	Diri sendiri
73	Perempuan	27	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
74	Laki- laki	19	SMA	Pelajar	Pertama kali	Diri sendiri
75	Laki- laki	20	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Diri sendiri
76	Perempuan	25	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
77	Perempuan	14	SMP	Pelajar	2-5 kali	Orang lain
78	Laki- laki	30	S1	Pegawai negeri sipil	Pertama kali	Diri sendiri
79	Laki- laki	40	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Orang lain
80	Perempuan	25	S1	Wiraswasta	2-5 kali	Anak / keluarga
81	Perempuan	25	SMA	Wiraswasta	2-5 kali	Diri sendiri
82	Perempuan	22	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
83	Laki –laki	47	S1	Pegawai negeri sipil	>5 kali	Anak/ keluarga
84	Laki- laki	18	SMA	Pelajar	>5 kali	Diri sendiri
85	Laki- laki	22	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Diri sendiri
86	Laki- laki	21	S1	Mahasiswa	2-5 kali	Diri sendiri
87	Perempuan	23	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak / keluarga
88	Laki- laki	20	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Orang lain
89	Perempuan	22	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
90	Perempuan	29	S1	Ibu rumah tangga	>5 kali	Diri sendiri
91	Perempuan	21	S1	Mahasiswi	Pertama kali	Diri sendiri
92	Perempuan	20	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
93	Perempuan	22	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
94	Perempuan	22	S1	Mahasiswi	Pertama kali	Diri sendiri

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek	Obat yang dibeli untuk
95	Perempuan	24	SMA	Wiraswasta	Pertama kali	Orang lain
96	Perempuan	26	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
97	Perempuan	21	S1	Mahasiswi	2-5 kali	Diri sendiri
98	Perempuan	23	SMA	Ibu rumah tangga	>5 kali	Anak/ keluarga
99	Laki – laki	23	S1	Mahasiswa	Pertama kali	Diri sendiri
100	Perempuan	22	SMA	Wiraswasta	>5 kali	Diri sendiri

Lampiran 7. Lembar Pengumpul Data

1. Dimensi Tangible

Penilaian Responden yang Dirasakan										Total	Rata-rata nilai kenyataan yang dirasakan	No	Item	Penilaian Responden yang Diharapkan										T o t a l	Rata-rata nilai pelayanan yang diharapkan		
Sangat baik		Baik		Cukup baik		Kurang Baik		Tidak baik						Sangat penting		Penting		Cukup penting		Kurang penting		Tidak penting					
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%					N	%	n	%	n	%	N	%	n	%				
39	39%	49	49%	12	12%	0	0%	0	0%	100	4,27	1	Letak Apotek Junrejo mudah dijangkau	60	60%	40	40%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,60
35	35%	55	55%	10	10%	0	0%	0	0%	100	4,25	2	Letak apotek yang strategis	57	57%	43	43%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,57
38	38%	54	54%	8	8%	0	0%	0	0%	100	4,30	3	Apotek terlihat bersih	56	56%	44	44%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,56
31	31%	52	52%	16	16%	1	1%	0	0%	100	4,13	4	Ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi	62	62%	38	38%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,62
33	33%	58	58%	9	9%	0	0%	0	0%	100	4,24	5	Obat yang tersedia lengkap	65	65%	35	35%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,56
41	41%	54	54%	5	5%	0	0%	0	0%	100	4,36	6	Petugas	62	62%	38	38%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	100	4,62

1	%	4	%	%									apotek berpakai an bersih dan rapi	%	%						0 0
---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	--	--------

2. Dimensi Reliability

Penilaian Responden yang Dirasakan										Total	Rata-rata nilai kenyataan yang dirasakan	No	Item	Penilaian Responden yang Diharapkan										Total	Rata-rata nilai pelayanan yang diharapkan
Sangat Baik		Baik		Cukup baik		Kurang Baik		Tidak baik						Sangat penting		Penting		Cukup penting		Kurang penting		Tidak penting			
n	%	n	%	n	%	n	%	N	%					N	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
KEHANDALAN (reliability)																									
51	51%	42	42%	7	7%	0	0	0	0	100	4,42	7	Petugas apotek memberi informasi tentang aturan pakai obat	81	81%	19	19%	0	0	0	0	0	0	100	4,81
47	47%	41	41%	12	12%	0	0	0	0	100	4,35	8	Petugas memberikan informasi tentang cara penyimpanan obat	77	77%	23	23%	0	0	0	0	0	0	100	4,77
52	52%	46	46%	2	2%	0	0	0	0	100	4,50	9	Petugas apotek memberikan informasi obat	78	78%	22	22%	0	0	0	0	0	0	100	4,78

8	%	5	%											langsung melayani konsumen yang datang	3	%	7	%								
32	%	59	%	9	9%	0	0	0	0	100	4,23	19	Petugas tidak sedang sibuk bermain HP saat ada konsumen	66	%	34	%	0	0	0	0	0	0	100	4,66	

4. Dimensi Assurance

Penilaian Responden yang Dirasakan										Total	Rata-rata nilai kenyataan yang dirasakan	No	Item	Penilaian Responden yang Diharapkan										Total	Rata-rata nilai pelayanan yang diharapkan
Sangat Baik		Baik		Cukup baik		Kurang baik		Tidak baik						Sangat penting		Penting		Cukup penting		Kurang penting		Tidak penting			
n	%	n	%	n	%	N	%	n	%					n	%	n	%	n	%	n	%	N	%		
JAMINAN (assurance)																									
53	%	44	44%	3	3%	0	0	0	0	100	4,50	20	Petugas apotek junrejo memiliki pengetahuan serta kemampuan	76	76%	24	24%	0	0	0	0	0	0	100	4,76

														yang mencukupi dalam memberikan informasi obat											
58	58%	37	37%	5	5%	0	0	0	0	100	4,53	21	Obat yang diberikan terjamin kualitasnya	81	81%	19	19%	0	0	0	0	0	0	100	4,81
60	60%	35	35%	5	5%	0	0	0	0	100	4,55	22	Tanggal kadaluarsa obat tertulis/ atau disampaikan oleh petugas apotek kepada konsumen	79	79%	21	21%	0	0	0	0	0	0	100	4,79
55	55%	42	42%	3	3%	0	0	0	0	100	4,52	23	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	78	78%	22	22%	0	0	0	0	0	0	100	4,78

5. Dimensi Empaty

Penilaian Responden yang Dirasakan										Total	Rata-rata nilai kenyataan yang dirasakan	No	Item	Penilaian Responden yang Diharapkan										Total	Rata-rata nilai pelayanan yang diharapkan
Sangat Baik		Baik		Cukup baik		Kurang Baik		Tidak Baik						Sangat penting	Penting	Cukup penting	Kurang penting	Tidak penting							
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				N	%	n	%	n	%	n	%	n	%			

EMPATI (Empathy)																									
36	36%	63	63%	5	5%	0	0	0	0	100	4,27	24	Petugas apotek selalu bersikap sopan kepada konsumen	58	58%	42	42%	0	0	0	0	0	0	100	4,58
34	34%	56	56%	10	10%	0	0	0	0	100	4,24	25	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen	53	53%	47	47%	0	0	0	0	0	0	100	4,53
30	30%	64	64%	6	6%	0	0	0	0	100	4,24	26	Petugas apotek junrejo memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen	57	57%	43	43%	0	0	0	0	0	0	100	4,57
32	32%	63	63%	5	5%	0	0	0	0	100	4,27	27	Menjaga hubungan baik kepada konsumen	52	52%	48	48%	0	0	0	0	0	0	100	4,52
30	30%	62	62%	7	7%	1	1%	0	0	100	4,20	28	Petugas apotek mengerti keluhan konsumen	52	52%	48	48%	0	0	0	0	0	0	100	4,52
35	35%	57	57%	8	8%	0	0	0	0	100	4,27	29	Terjadi komunikasi yang baik	55	55%	45	45%	0	0	0	0	0	0	100	4,55

LAMPIRAN Perhitungan CSI								
NO	KENYATAAN (MSS)	HARAPAN (MIS)	No	WF	WS		MIS (Mean Importance Score)	= Rata - rata harapan
1	4.27	4.6	1	0.04	0.16		MSS (Mean Satisfaction Score)	= Rata - rata kinerja (kenyataan)
2	4.25	4.57	2	0.03	0.14		WF (Weight Factor)	= MIS/ (ΣMIS)
3	4.3	4.56	3	0.03	0.14		WS (Weight Score)	= WF X MSS
4	4.13	4.62	4	0.03	0.14		WT (Weight Total)	= ΣWS
5	4.24	4.56	5	0.03	0.14		CSI	= WT/ Nilai maksimal skala likert(HS) X 100%
6	4.36	4.62	6	0.03	0.15			
7	4.42	4.81	7	0.04	0.16			
8	4.35	4.77	8	0.04	0.15			
9	4.5	4.78	9	0.04	0.16			
10	4.43	4.77	10	0.04	0.16			
11	4.36	4.76	11	0.04	0.15			
12	4.2	4.69	12	0.03	0.15			
13	4.21	4.68	13	0.03	0.15			
14	4.17	4.68	14	0.03	0.14			
15	4.3	4.72	15	0.03	0.15			
16	4.3	4.68	16	0.03	0.15			
17	4.25	4.69	17	0.03	0.15			
18	4.31	4.73	18	0.03	0.15			
19	4.23	4.64	19	0.03	0.15			
20	4.5	4.76	20	0.04	0.16			
21	4.53	4.81	21	0.04	0.16			
22	4.55	4.79	22	0.04	0.16			
23	4.52	4.78	23	0.04	0.16			
24	4.27	4.58	24	0.03	0.14			
25	4.24	4.53	25	0.03	0.14			
26	4.24	4.57	26	0.03	0.14			
27	4.27	4.52	27	0.03	0.14			
28	4.2	4.52	28	0.03	0.14			
29	4.27	4.55	29	0.03	0.14			
JUMLAH	125.17	135.34		WT	4.33			
			CSI		86.59			

SKALA LIKERT	
1	sangat tidak puas
2	tidak puas
3	cukup puas
4	puas
5	sangat puas

Lampiran 8. Foto Penelitian

