

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
OBAT TANPA RESEP DI APOTEK LANDUNGSARI FARMA**

SKRIPSI

**Oleh :
NURUL QOMARIYAH
15670072**



**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK LANDUNGSARI
FARMA**

SKRIPSI

Oleh :

NURUL QOMARIYAH

15670072

**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 STUDI FARMASI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
OBAT TANPA RESEP DI APOTEK LANDUNGSARI FARMA**

SKRIPSI

Oleh :

NURUL QOMARIYAH

15670072

Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Ria Ramadhani D. A., S.Kep., NS., M.Kep
NIP. 19850617200912 2 005

Mengetahui,

Kejaya Program Studi Farmasi




Hakim, M.P.L., M.Farm

NIP. 19761214 200912 1 002

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
OBAT TANPA RESEP DI APOTEK LANDUNGSARI FARMA**

SKRIPSI

Oleh :

NURUL QOMARIYAH

15670072

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

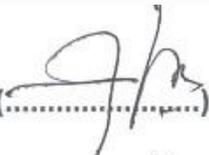
**Ketua Penguji: Ria Ramadhani D. A., S.Kep., NS., M.Kep
NIP. 19850617 200912 2 005**

()

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

()

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

()

**3. Dr. apt. Roihatul Muti'ah, M. Kes.
NIP. 19800203 200912 2 003**

()

Mengetahui,
Ketua Program Studi Farmasi



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang akan bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Qomariyah

Nim : 15670072

Jurusan : Farmasi

Fakultas : Kedokteran dan Ilmu Kesehatan

Judul : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, akan 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, 9 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Nurul Qomariyah
NIM. 15670072

MOTTO

Berusaha sampai batas maksimal, masalah hasil adalah urusan Tuhan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan juga kesempatan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Puji syukur kuucapkan kepada-Mu Ya Rabb, karena telah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya yang selalu memberikan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan rasa bahagia dan syukur yang amat dalam, saya persembahkan karya tulis skripsi ini kepada :

Kedua orangtua tercinta dan tersayang yaitu Bapak Rasidi dan Ibu Endah Sufrabti yang senantiasa memberikan curahan kasih sayang, doa, nasehat, dukungan moral maupun materil. Tidak ada apapun di dunia ini yang dapat membalas semua kebaikan, cinta, dan kasih sayang yang telah kalian berikan kepada anakmu, mohon maaf belum sempat membalas segalanya terutama untuk Bapak dan Ibuku. Dan untuk adekku Danil Kastolani, nenek Rahmaniya, kakek Djomeneng, Om Joni Sufriyadi dan Nia Yuliatin serta untuk keponakanku Raffa dan Rayyan terimakasih untuk dukungan dan doanya.

Kepada Ibu Siti Maimunah, M.Farm., Apt. Dan Ibu Ria Ramadhani Dwi Atmaja, S.Kep., NS., M.Kep. selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terima kasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya di Kampus. Terima kasih atas bantuan, nasehat, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan kepada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.

Teruntuk sahabat-sahabat dan teman-teman Farmasi angkatan 2015. Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf jika ada banyak salah dengan maaf yang tak terucap. Terima kasih untuk support yang luar biasa sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Landungsari Malang**” dengan baik.

Selanjutnya penulis haturkan ucapan terima kasih seiring do'a dan harapan jazakumullah ahsanal jaza' kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada: :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin M.A, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. dr. Yuyun Yueniwati, P. W, M.Kes, Sp.Rab (K). Selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Apt. Abdul Hakim, M. P. I, M. Farm. Selaku ketua Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang serta selaku dosen penguji utama yang banyak memberi masukan dalam penulisan ini.
4. Siti Maimunah, M.Farm., Apt. dan Ria Ramadhani D. A., S.Kep., NS., M.Kep. Selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak memberikan pengarahan dan pengalaman yang berharga.
5. Dr. apt. Roihatul Muti'ah, M.Kes. Selaku dosen penguji yang banyak memberi masukan dalam penulisan ini.
6. Kepada yang tercinta orang tua dan keluarga. Ayah, Ibu, adiku dan seluruh keluarga yang selalu tak pernah lepas memberikan kasih sayang dan do'a

yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup ananda, serta dukungan baik moril maupun materil

7. Segenap sivitas akademika Program studi Farmasi terutana seluruh dosen terima kasih atas segenap ilmu dan bimbingannya
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengucapkan permohonan maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis bersifat sangat terbuka akan kritik dan saran yang membangun demi baiknya skripsi ini kedepan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 9 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5. Batasan Masalah	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Apotek	10
2.1.1 Apotek Landungsari Farma	14
2.2 Pelayanan Kefarmasian (<i>Pharmaceutical Care</i>)	15
2.3 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek	16
2.4 Kualitas Pelayanan	19
2.4.1 Pengertian Kualitas	19
2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2.5 Kepuasan Konsumen	21
2.5.1 Manfaat Kepuasan	24
2.5.2 Metode Mengukur Kepuasan Konsumen	24
2.5.3 Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	26
2.5.4 Indeks Kepuasan Konsumen	27
2.5.5 Harapan Konsumen dan Kinerja Produk	27
2.5.6 <i>SERVQUAL</i>	29
2.5.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	30
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL	33
3.1 Kerangka Konseptual	33
3.2 Uraian Kerangka Konseptual	34
BAB IV METODE PENELITIAN	35
4.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	35
4.2 Waktu dan Tempat Penelitian	35
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	35

4.3.1 Populasi	35
4.3.2 Sampel	36
4.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
4.3.4 Besar Sampel	36
4.4 Instrumen Penelitian	37
4.5 Variabel dan Definisi Operasional	38
4.5.1 Variabel Penelitian	38
4.5.2 Definisi Operasional	39
4.6 Uji Validitas	49
4.7 Reliabilitas	49
4.8 Prosedur Penelitian	50
4.8.1 Prosedur Penelitian	50
4.9 Analisis Data	51
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Pengujian Intrument	53
5.1.1 Uji Validitas	53
5.1.1.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner yang dirasa	54
5.1.1.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner yang diharapkan	55
5.1.2 Uji Realibilitas	56
5.2 Karakteristik Konsumen	57
5.2.1 Karakteristik Konsumen berdasarkan jenis kelamin	57
5.2.2 Karakteristik Konsumen berdasarkan Usia	58
5.2.3 Karakteristik Konsumen berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
5.2.4 Karakteristik Konsumen berdasarkan Pekerjaan	60
5.2.5 Karakteristik Konsumen berdasarkan Jumlah Kunjungan Ke apotek	61
5.3 Analisis Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma	62
5.3.1 Perhitungan Nilai Harapan Konsumen	62
5.3.2 Perhitungan Nilai Aktual Performance yang diterima konsumen	64
5.4 Kepuasan dan harapan pasien terhadap pelayanan kefarmasian	65
5.4.1 Dimensi Bukti Langsung	65
5.4.2 Dimensi Kehandalan	67
5.4.3 Dimensi Daya Tanggap	69
5.4.4 Dimensi Jaminan	71
5.4.5 Dimensi Empati	72
5.5 <i>Customer Statisfaction Index (CSI)</i>	74
5.6 Tingkat kepuasan terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek landungsari farma menggunakan metode <i>Customer Statisfaction Index (CSI)</i>	75
5.7 Melayani Konsumen Dalam Pandangan Islam	77
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	79
6.1 Simpulan	79
6.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Skala Likert	38
Tabel 4.2 Variabel dan Definisi Operasional	40
Tabel 4.3 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha	50
Tabel 4.4 Kategori Kepuasan	52
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Koesioner Kepuasan Konsumen	54
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Koesioner Kepuasan	55
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Koesioner Yang Dirasa	57
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Koesioner Yang Diharapkan	57
Tabel 5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	59
Tabel 5.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 5.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 5.9 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kunjungan Ke Apotek	61
Tabel 5.10 Nilai Harapan Konsumen	63
Tabel 5.11 Nilai Performance yang diterima konsumen	64
Tabel 5.12 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi bukti langsung	66
Tabel 5.13 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi kehandalan	67
Tabel 5.14 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi daya tanggap	69
Tabel 5.15 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi jaminan	71
Tabel 5.16 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi Empati	73
Tabel 5.17 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	74
Tabel 5.18 Perhitungan tingkat kepuasan total dengan Customer Satisfaction Index (CSI)	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Penjelasan Sebelum Persetujuan (PSP)
- Lampiran 2.** Informed Consent
- Lampiran 3.** Uji Validitas
- Lampiran 4.** Uji Realibilitas
- Lampiran 5.** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6.** Data Demografi Responden
- Lampiran 7.** Lembar Pengumpulan Data
- Lampiran 8.** Hasil Perhitungan CSI
- Lampiran 9.** Data 100 Responden Dirasa
- Lampiran 10.** Data 100 Responden Harapkan
- Lampiran 11.** Foto Penelitian

DAFTAR SINGKATAN

AC	: Air Conditioner
Depkes RI	: Departemen Kesehatan Republik Indonesia
FEFO	: <i>First Expired First Out</i>
FIFO	: <i>First In First Out</i>
Kemkes RI	: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
MESO	: Monitoring Efek Samping Obat
Permenkes	: Peraturan Menteri Kesehatan
PSP	: Penjelasan Sebelum Persetujuan
PIO	: Pelayanan Informasi Obat
PTO	: Pemantauan Terapi Obat
PMR	: <i>Patient Medication Record</i>
SDM	: Sumber Daya Manusia
SERVQUAL	: <i>Service Quality</i>

ABSTRAK

Qomariyah, Nurul. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma. Skripsi Jurusan Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Ilmu Kesehatan. Pembimbing I: Apt Siti Maimunah M.Farm. Pembimbing II: Ria Ramadhani Dwi Atmaja, S.Kep., NS., M.Kep. Penguji: Apt Abdul Hakim, M. P. I, M. Farm.

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 pelayanan obat tanpa resep di apotek Landungsari Farma. Penelitian ini dilakukan di apotek Landungsari Farma. Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari – Maret 2021. Tingkat kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan model *SERVQUAL* terhadap lima dimensi layanan yaitu dimensi bukti langsung (*tangibles*), dimensi kehandalan (*reliability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dan dimensi empaty (*empaty*). Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan nilai kesenjangan sebesar -0,06. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah atribut 28 dengan nilai kesenjangan -0,01. Kepuasan konsumen secara keseluruhan didapatkan nilai CSI sebesar 89,72% kepuasan tersebut berada pada rentang 81.00–100,00 yang berarti secara keseluruhan konsumen apotek landungsari farma merasa sangat puas. Atribut yang terpetakan pada diagram kartesius terbanyak adalah pada kuadran B yang berarti memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan tingkat kinerja yang tinggi pula.

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

ABSTRACT

Qomariyah, Nurul. Analysis Of Consumer Satisfaction Rate Towards The Service Quality Of Non-Prescription Medicine In Landungsari Farma Pharmacy. Thesis Department of Pharmacy, Faculty of Medicine and Health Sciences. Advisor I: Apt. Siti Maimunah, M.Farm. Advisor II: Ria Ramadhani Dwi Atmaja, S.Kep., NS., M.Kep. Consultant: Apt Abdul Hakim, M. P. I, M. Farm.

Pharmacy is a place where the pharmacists do their pharmaceutical services. The progress of pharmacy business is determined by consumer satisfaction as a one of a factor. Consumer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the performance or product results to what their expecting for. The purpose of this study is to determine the rate of consumer satisfaction towards the service quality of non-prescription medicine in Landungsari Farma Pharmacy. The data collection has been taken in February – March 2021. The customer satisfaction rate is measured by using the SERVQUAL model on five service dimensions, which are as follow the dimensions of direct evidence (tangibles), dimensions of reliability (reliability), dimensions of responsiveness (responsiveness), dimensions of assurance (assurance), and dimensions of empathy (empathy). The dimension that has the highest rate of satisfaction is the assurance dimension with a gap value of -0.06. The attribute that has the highest rate of satisfaction is attribute 28 with a gap value of -0.01. Overall consumer satisfaction gets a CSI of 89,72%. The satisfaction is in the range of 81.00-100.00 which means that overall consumers of Landungsari Farma pharmacy feel very satisfied. Most of the attributes mapped on the Cartesian diagram are in quadrant B, which means they have a high level of expectation with a high level of performance as well.

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

مستخلص البحث

قمريه، نور. تحليل مستوى رضا المستهلكين على جودة خدمات الأدوية غير الموصوفة في صيدلية لاندونج سارى فارما. رسالة الجامعي. قسم الصيدلة. كلية الطبية وعلم الصحية. المشرف الأول : ستي ميمونة، الماجستير، والمشرف الثاني : ريبا رمضان ديوى اتماجا، الماجستير. المستشار: عبد الحكيم، الماجستير.

الصيدليات هي وسيلة للخدمات الصيدلانية حيث يتم إجراء الممارسات الصيدلانية من قبل الصيادلة واستمرارية الأعمال من الصيدليات هي واحدة منها تحددها عوامل رضا المستهلكين. ورضا المستهلكين هو شعور بالسعادة أو خيبة الأمل لشخص يظهر بعد مقارنة الأداء أو نتائج المنتج المحسوسة بأداء المنتج المرجوة. يهدف البحث لمعرفة مستوى رضا المستهلكين على جودة خدمة الأدوية غير الموصوفة في صيدلية لاندونج سارى فارما. أجرى هذا البحث في صيدلية لاندونج سارى فارما. جمع البيانات في فبراير - مارس ٢٠٢١. ومستوى رضا المستهلك يقاس باستخدام نموذج جودة الخدمة على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، وهي الأبعاد الملموسة والموثوقية والاستجابة والضمان وأبعاد الإمباطي. البعد الذي يتمتع بأعلى مستوى من الرضا هو بعد التعاطف مع فجوة على الضمان قيمة GAP البالغة -٠٠٠٠٠٠. السمة التي تتمتع بأعلى مستوى من الرضا هي السمة ٢٨ (-٠١٠٠). تحليل البيانات باستخدام مؤشر رضا المستهلك (CSI) لتحديد رضا المستهلك. دلت النتيجة أن مؤشر رضا المستهلك (CSI) عند مستوى ٨٩٠٧٢٪، أن مؤشر رضا المستهلك على ٨١٠٠٠-١٠٠٠٠ 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 دون الوصف، CSI, GAP,

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apotek kini terdepan dari jaringan logistik industri farmasi. Di Indonesia, lebih dari 24% obat yang diproduksi oleh industri farmasi didistribusikan di apotek (Sampurno, 2011). Pertumbuhan jumlah apotek tiap tahun juga makin pesat. Hal ini disebabkan karena semakin besarnya jumlah penduduk Indonesia dan masalah kesehatan yang semakin kompleks. Selain itu *entry barrier* pendirian apotek sangat tipis sehingga pendirian apotek sangat mudah dilakukan (Sampurno, 2011). Saat ini di Indonesia terdapat lebih dari 24.874 apotek yang berizin (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018).

Menurut Permenkes RI No.73 (2016) mengatakan apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukannya praktek kefarmasian oleh apoteker. Pelayanan dalam bidang farmasi adalah pelayanan langsung bertanggung jawab bagi pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi bertujuan mencapai hasil yang baik untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Permenkes, 2016). Pelaksanaan pelayanan kefarmasian dilakukan oleh tenaga kefarmasian yang terdiri dari apoteker dan tenaga teknis kefarmasian (Permenkes, 2017).

Pelayanan kefarmasian pada saat ini telah bergeser orientasinya dari obat (*Drug Oriented*) ke pasien yang mengacu kepada *Pharmaceutical Care*. Kegiatan pelayanan kefarmasian yang semula hanya berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditi menjadi pelayanan yang komprehensif dalam pengertian tidak saja sebagai pengelola obat, namun dalam pengertian yang lebih luas mencakup pelaksanaan

pemberian informasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dari pasien. 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 (KepMenkes, 2004). Konsekuensi atas perubahan orientasi tersebut, apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan komunikasi dan perilaku agar dapat melaksanakan interaksi langsung dengan pasien. Bentuk interaksi tersebut antara lain adalah pemberian informasi obat dan konseling kepada pasien yang membutuhkan (Menkes, 2014). Pelayanan obat non resep merupakan pelayanan yang penting di apotek sehubungan dengan perkembangan pelayanan farmasi komunitas yang berorientasi pada asuhan kefarmasian (Permenkes, 2016).

Keberlangsungan bisnis apotek salah satunya ditentukan oleh faktor kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan pasien sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang produk yang sama (Rini, dkk., 2006). 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). Memberikan pelayanan yang berkualitas artinya menyesuaikan dengan harapan konsumen secara konsisten (Adiningsih, 2015). Penilaian mengenai tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung dari bagaimana konsumen merasakan layanan yang diberikan dalam hubungannya dengan apa yang mereka harapkan (Pratiwi *et al.* 2013). Pada akhirnya, kualitas

pelayanan yang menghasilkan kepuasan konsumen akan menghasilkan efek positif dalam pembelian berulang, loyalitas, serta pemberian rekomendasi informasi secara personal yang positif (Samad, 2014).

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 yang baik serta kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator keberhasilan pada pelayanan kesehatan (Focus, 2010). Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa konsumen belum puas terhadap pelayanan kefarmasian di apotek, Tentang profil pelayanan kefarmasian dan kepuasan konsumen di kecamatan Adiwerna kota Tegal, hasilnya 73,7% konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan kefarmasian di apotek (Bertawati, 2013). Penelitian tentang evaluasi kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di apotek kota Yogyakarta 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 (Farida baroroh, 2014). Tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Global Medan hasilnya 53,3% konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan kefarmasian (Fitri dan Suprianto, 2017).

Nureeyah Bahem menyatakan bahwa pada saat magang di salah satu apotek kota malang selama satu bulan, banyak konsumen yang datang diapotek untuk membeli obat tanpa resep, terkadang dalam satu hari tidak ada satupun konsumen yang membeli obat dengan resep (Nureeyah Bahem, 2017). Tindakan pengobatan

sendiri dibutuhkan penggunaan obat yang tepat atau rasional. Obat yang dipilih harus tepat dan benar cara penggunaannya seperti aturan pakai, cara pemberian pengaturan dosis yang sesuai dengan pemakaiannya dan tetap waspada terhadap kemungkinan efek samping yang tidak diinginkan (Nurulita dan Siswanto, 2003). Pengobatan sendiri secara aman dan efektif diperlukan informasi tentang obat yang obyektif, lengkap tidak menyesatkan dan tidak terlalu komersial. Informasi yang lebih baik pada pasien akan menggugah minat menaikkan kehendak konsumen untuk berpartisipasi aktif dalam pengobatan (Anief, 1991).

Belum semua pasien mengetahui dan sadar akan apa yang harus dilakukan tentang obat-obatnnya, oleh sebab itu untuk mencegah kesalahangunaan, penyalahgunaan, dan adanya interaksi obat yang tidak dikehendaki, pelayanan informasi obat dirasa sangat diperlukan. Farmasis dapat berkontribusi untuk meningkatkan hasil dari farmakoterapi dengan cara memberikan edukasi dan konseling pada konsumen untuk menyiapkan dan memotivasi konsumen agar menaati aturan farmakoterapi dan kegiatan monitoring (Yamada dan Nabeshima, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Sukrasno dkk (2019) tentang tingkat kepuasan konsumen apotek terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Kecamatan Surakarta, hasil yang diperoleh sebesar 58,08% (97) pasien tidak puas terhadap pelayanan apotek yang didapatkan. Putranti Adirestuti dkk (2017) dengan judul analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di apotek kimia farma gatot subroto bandung hasilnya menunjukkan bahwa *responsiveness* sebesar -0.040 (tidak puas), *assurance* sebesar sebesar -0,069 (tidak puas), *reliability* sebesar -0,032

(tidak puas), *empaty* sebesar - 0,057 (tidak puas), dan *tanggible* -0,055 (tidak puas). Berarti pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Apotek gatot subroto bandung masih belum maksimal dan perlu ditingkatkan lagi.

Standar pelayanan kefarmasian di apotek meliputi dua kegiatan yaitu yang bersifat manajerial berupa standar pengolahan sediaan farmasi (obat, bahan obat, obat tradisional dan kosmetika) merupakan suatu urutan kegiatan dimulai dari perencanaan kebutuhan, pengadaan, penerimaan, penyimpanan, pemusnahan, dan pencatatan/ pelaporan. Pelayanan farmasi klinik merupakan pelayanan langsung yang diberikan oleh apoteker kepada pasien dalam rangka meningkatkan *outcome* terapi dan meminimalkan resiko terjadinya efek samping yang meliputi pengkajian dan pelayanan resep, pelayanan informasi obat (PIO), *home care*, pemantauan terapi obat (PTO), monitoring efek samping obat (MESO), dan konseling termasuk untuk swamedikasi dan pencatatan obat yang digunakan pada PMR (*patien medication record*) (Sari Ida Diana dkk, 2019).

Standar pelayanan yang baik apabila seseorang menerima obat sesuai dengan kebutuhan klinis, sesuai dengan dosis yang dibutuhkan, periode waktu yang adekuat dan harga yang terjangkau. Swamedikasi yang tidak tepat akan menimbulkan masalah kesehatan akibat salah menggunakan obat, efek pengobatan tidak tercapai, timbul efek samping yang tidak diinginkan, adanya penyakit baru, dan kelebihan pemakaian obat atau *overdosis* karena penggunaan obat yang mengandung zat aktif sama secara bersamaan (Nurhayati P, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Nureeyaah 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). Beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang belum puas terhadap pelayanan obat tanpa resep.

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).

Dalam memberikan pelayanan seorang apoteker hendaklah memiliki budi pekerti yang baik. Akhlak atau budi pekerti ini adalah hal yang sangat diperlukan 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 pasien. Oleh karena itu pihak yang memberikan pelayanan kesehatan, seperti apotek perlu memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien.

Apotek Landungsari Farma berada di Jl. Tirta Utomo No. 25C Landungsari–Malang, Apotek Landungsari Farma dipilih sebagai tempat penelitian karena lokasi

Apotek yang strategis, terletak di jalan raya yang ramai lalu lintas, dan dekat dengan kampus dan kos-kosan tempat tinggal yang padat. Rata-rata dalam sehari konsumen yang berkunjung di Apotek Landungsari Farma sekitar 30-50 konsumen, konsumen yang datang tanpa resep sekitar 30-35 konsumen. Tenaga kerja yang bekerja di Apotek Landungsari Farma terdiri dari satu apoteker, dua asisten apoteker, dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00-23.00 WIB. Penelitian dilakukan di apotek Landungsari Farma karena belum ada penelitian terkait kepuasan pasien terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek tersebut. Berdasarkan observasi peneliti, permasalahan di Apotek Landungsari Farma 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 Landungsari Farma. Melihat kondisi tersebut dengan banyaknya jumlah konsumen di apotek Landungsari Farma dengan tenaga kerja yang minim mengakibatkan perlu dilakukan penelitian terkait tingkat kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di Apotek Landungsari Farma?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di Apotek Landungsari Farma.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang farmasi komunitas dan manajemen apotek pada khususnya. Sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai analisis tingkat kepuasan terhadap pelayanan farmasi diapotek.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan Sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai analisis tingkat kepuasan terhadap pelayanan farmasi diapotek.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Apotek

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan apotek dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga tingkat kepuasan konsumen meningkat dan diharapkan jumlah konsumen dapat terus meningkat setiap bulannya.

2. Bagi Masyarakat

Menambah pengetahuan masyarakat tentang pembelian obat tanpa resep di apotek sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti lebih terfokuskan pada tujuan penelitian. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Apotek Landungsari Farma Malang.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep.
3. Tingkat kepuasan Konsumen diukur menggunakan instrument *SERVQUAL* terdiri dari lima kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

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 pemimpin 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 Prasarana

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 menunjukkan 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
6. 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 berlebihan serta 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 (*first expire first out*)

a. Perencanaan.

Dalam membuat perencanaan pengadaan sediaan farmasi perlu diperhatikan:

1. Pola penyakit
2. kemampuan masyarakat
3. 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:

1. Administrasi umum seperti Pencatatan, pengarsipan, pelaporan narkotika, psikotropika dan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
2. Administrasi pelayanan seperti 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 Landungsari Farma

Apotek Landungsari Farma Jl. Tirto Utomo No. 25C Landungsari – Malang. Apotek Landungsari Farma mempunyai letak yang strategis, berada di pinggir jalan yang mudah dijangkau transportasi. Apoteker Alif Firman Firdausy, S.Farm., M. Biomed., Apt, dua asisten apoteker. Pelayanan setiap hari mulai sejak pukul 08.00 am – 23.00 pm untuk jumlah konsumen yang berkunjung di apotek Landungsari Farma sehari sekitar 30-50 konsumen.

Alur pelayanan di apotek Landungsari Farma pasien datang membeli obat, obat tersedia langsung dilayani, obat tidak tersedia ditawarkan obat lain yang kandungannya sama atau efeknya sama, diberi tau harga, disiapkan, dijelaskan, lalu obat diserahkan.

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. Untuk mendapatkan rekam medis untuk digunakan pemilihan obat yang tepat.
3. Sebagai sarana memantau penggunaan obat apakah efektif, tidak efektif, reaksi yang berlawanan, keracunan dan jika perlu memberikan saran untuk memodifikasi pengobatan.
4. Sebagai sarana bimbingan dan konseling dalam rangka pendidikan kepada pasien.
5. Penyedia dan pemelihara serta untuk memfasilitasi pengujian pengobatan bagi pasien penyakit kronis.
6. Berpartisipasi dalam pengelolaan obat-obatan untuk pelayanan gawat darurat.

7. Pembinaan pelayanan informasi dan pendidikan bagi masyarakat.
8. Partisipasi dalam penilaian penggunaan obat dan audit kesehatan.
9. 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 (Republik Indonesia, 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 (Republik Indonesia, 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 (*socio pharmacoecconomy*). 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).

Hal ini dikaitkan dengan standar pelayanan kefarmasian di apotek menjadikan peranan apoteker di apotek sangatlah penting (Menkes, 2014). Tujuan konseling yaitu:

- a. Menciptakan hubungan dengan pasien dengan membentuk trust
- b. Memperlihatkan perhatian dan asuhan kepada pasien
- c. Membantu pasien mengatur dan adaptasi penyakitnya
- d. Mencegah atau meminimalkan masalah yang berhubungan dengan efek samping
- e. Meningkatkan kapasitas pasien untuk menyelesaikan masalah kesehatan

Petugas apotek /Apoteker sebaiknya menginformasikan hal-hal dibawah ini kepada pasiennya meliputi: (Menkes, 2014)

- a. Nama obat (merek dagang) dan kegunaannya
- b. Cara menggunakan, digunakan sebagai obat dalam atau sebagai obat luar beserta aturan pemakaiannya
- c. Petunjuk khusus tentang cara penyediaan obat
- d. Hal-hal yang mungkin timbul selama penggunaan obat
- e. Pantangan-pantangan selama menggunakan obat
- f. Cara penyimpanan obat yang benar
- g. Tindakan yang harus segera diambil bila terjadi kesalahan dosis atau kesalahan minum obat
- h. Apa yang harus dilakukan bila persediaan obat masih banyak padahal sakit sudah dirasakan sembuh.

Tanggung jawab tugas Apoteker di apotek adalah: (Menkes, 2014)

- a. Bertanggung jawab atas obat dengan resep. Apoteker harus mampu menjelaskan tentang obatnya pada pasien, sebab:
 1. Apoteker mengatakan bagaimana obat tersebut diminum
 2. Apoteker mengatakan efek samping obat yang mungkin ada
 3. Apoteker mengatakan stabilitasnya obat dalam bermacam-macam kondisi

4. Apoteker mengatakan efek toksisitas obat dan dosisnya
 5. Apoteker mengatakan tentang cara dan rute pemakaian obat
- b. Bertanggung jawab untuk memberi informasi pada pasien dalam menggunakan obat bebas dan obat bebas terbatas.

Apoteker bertanggung jawab penuh dalam menghadapi kasus *self diagnosis* atau mengobati sendiri dan pemakaian obat tanpa resep. Apoteker yang menentukan apakah *self diagnosis*, *self medication* dari penderita dapat dibenarkan dan diberi obatnya atau disuruh periksa dulu ke dokter atau tidak perlu. Pengobatan sendiri atau pengobatan dengan non resep jelas akan makin bertambah

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.

2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta

ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014). Sebagaimana telah dijelaskan dalam AL-Qur'an (Q.S. Al-Qashash:77) berbunyi :

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.

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 tatacara 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.

2.5 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 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 (Irene, 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.

2.5.2 Metode Mengukur Kepuasan Konsumen

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen menjadi kebutuhan yang mendasar bagi para penyedia jasa. Hal ini dikarenakan pengukuran terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan masukan dan umpan balik dalam strategi peningkatan kepuasan konsumen. Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pasien (Irene, 2009), diantaranya :

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada konsumen (*customer contered*) memberikan kesempatan yang kuat kepada para konsumennya untuk menyampaikan keluhan dan sarannya. Misal dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan *costumerhotlines*. Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah- masalah yang muncul.

2. *Ghost shopping*

Ghost shopping salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap perusahaan dan pesaing. Dengan dasar ini mereka akan mendapatkan suatu informasi untuk mengerti kekuatan-kekuatan dan kelemahan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman pembeli produk-produk selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaingnya.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke organisasi pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, akan tetapi pemantauan customer loss rate menunjukkan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

4. Survei kepuasan konsumen

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggap balik (*feed back*) secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para konsumennya (Tjiptono, 2005).

2.5.3 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:

Kepuasan konsumen = f (*persived pervormence* – *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)

2.5.4 Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan konsumen merupakan data informasi tentang tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat konsumen dalam penggunaan suatu produk dengan membandingkan antara harapan dan kinerjanya. Cara untuk mengukur indeks kepuasan konsumen adalah :

$$IKK = \frac{IK}{IH}$$

Keterangan:

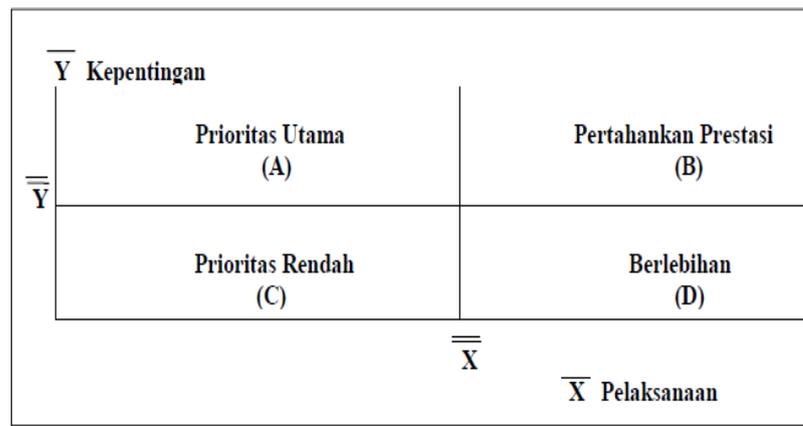
IKK = Indeks Kepuasan Konsumen

IK = Indeks Kinerja

IH = Indeks Harapan

2.5.5 Harapan Konsumen dan Kinerja Produk

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 kuisisioner tersebut di-plot nilainya pada diagram kartesius. Bila berada di kuadran A,B,C, atau D, maka 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).

Kuadran 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).

2.5.6 SERVQUAL

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. *Tangibles*: fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan kariawan.
2. *Reability*: kemampuan untuk melakukan pelayanan yang andal dan akurat.
3. *Responsiveness*: kesediaan untuk menolong pengguna dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. *Assurance*: pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka membangkitkan rasa keyakinan dan kepercayaan.
5. *Empaty*: peduli, perhatian setiap individu.

2.5.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen apotek 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.

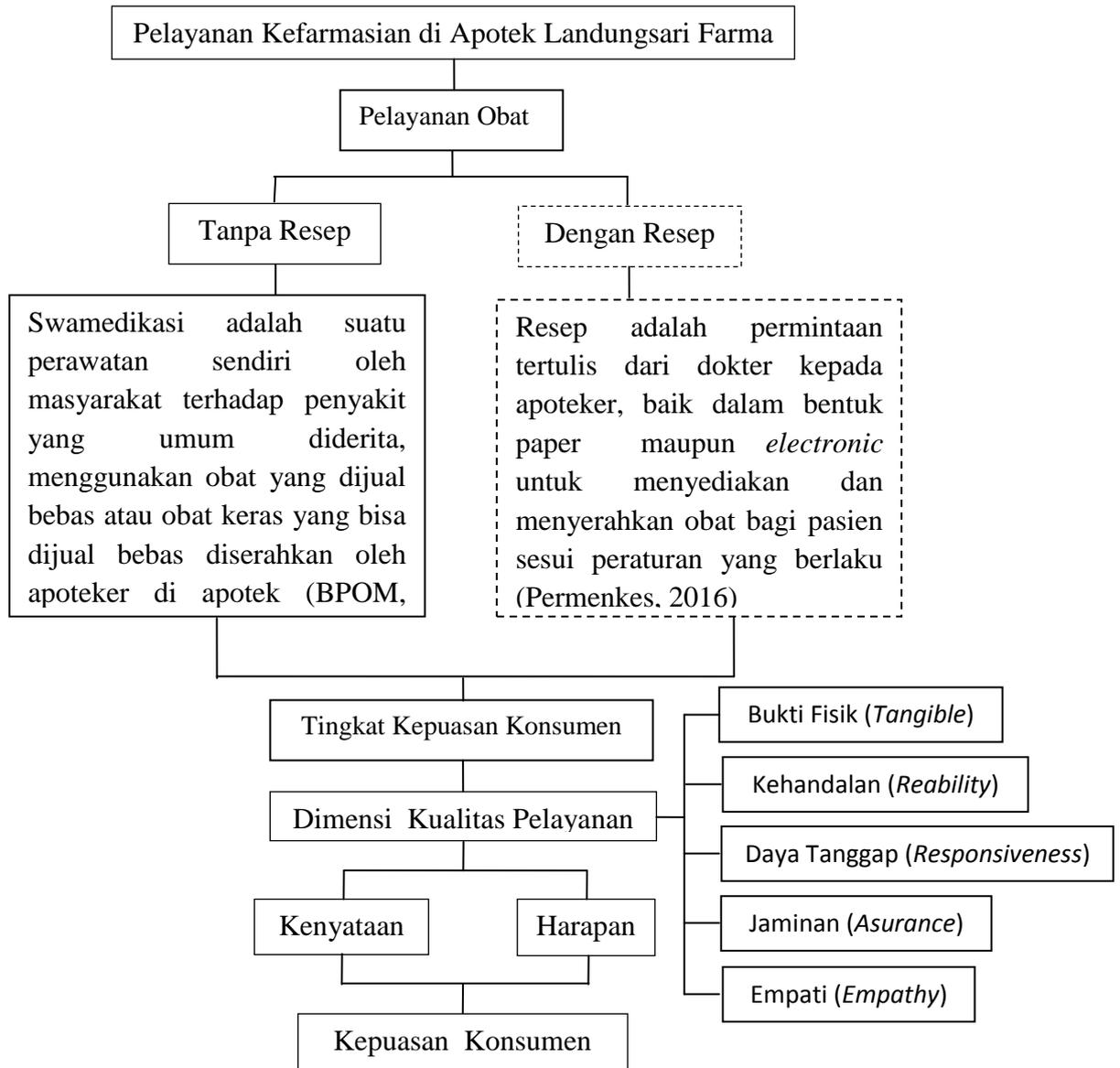
7. Empati yang ditujukan oleh pemberi pelayanan kesehatan

Sikap empati ini akan menyentuh emosi pasien. Faktor ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pasien (*compliance*) (Tjiptono, 2005).

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Kerangka Konsep



Keterangan :

: Yang diteliti

: Tidak diteliti

Gambar 3.1 Kerangka konsep penelitian

3.2 Uraian Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilakukan di apotek Landungsari Farma 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 Landungsari Farma.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep dokter di Apotek Landungsari Farma ada 5 dimensi kualitas jasa (Kotler dan Keller, 2007). Dimensi pertama adalah *tangible* (Bukti Langsung) 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 *reability* (Kehandalan) 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 *resposiveness* (daya tanggap) yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tanggap, pelayannya bisa berupa kecepatan obat dan pelayanan kasir. Dimensi ke empat adalah *asurance* (jaminan) 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 *empaty* (empati) 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 untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena yang terjadi di masyarakat (Notoatmodjo, 2020). Deskriptif bertujuan melakukan pemaparan 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 Landungsari Farma. Responden yang dipilih adalah konsumen di Apotek Landungsari Farma yang membeli obat tanpa resep dokter. Metode penelitian survei dengan memberikan kuisisioner kepada konsumen.

4.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Apotek Landungsari Farma Jl. Tirto Utomo No. 25C Landungsari Malang pada bulan Februari–Maret 2021

4.3 Populasi dan Sampel Penelitian

4.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang menebus obat tanpa resep dokter di Apotek Landungsari Farma pada bulan Februari–Maret 2021.

4.3.2 Sampel

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

- a. Kriteria Inklusi : Konsumen yang ditemui telah menerima obat di Apotek Landungsari Farma, konsumen yang bisa membaca dan menulis dengan baik, dan pasien yang bersedia mengisi kuesioner.
- b. Kriteria Eksklusi : 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 obat tanpa resep di Apotek Landungsari Farma yang dianggap memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi atau dengan catatan bahwa sampel tersebut mewakili populasi (J.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 Landungsari Farma dalam melakukan transaksi pembelian sebagai responden untuk mengisi kuisisioner 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 kuisisioner yang disebarakan oleh peneliti kepada konsumen yang menebus obat tanpa resep dokter di apotek Landungsari Farma. Kuisisioner 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. Kuisisioner 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 Landungsari Farma.

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 kuisisioner 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 Variabel dan Definisi Operasional

4.5.1 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 terhadap kualitas pelayanan

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu :Bukti langsung (*Tangibles*)

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empati*)

4.5.2 Definisi Operasional

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

Tabel 4.2 :Variabel dan Definisi Operasional Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Jawaban	Hasil Ukur	Cara Pengukuran
Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat tanpa resep.	Kepuasan konsumen terdapat 5 dimensi berupa Bukti fisik (<i>Tangible</i>), Keandalan (<i>Reability</i>), Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>), Jaminan (<i>Asurance</i>), Empati (<i>Empathy</i>).	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya mengenai kualitas pelayanan obat tanpa resep.				Ordinal	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 Landungsari Farma	1. Letak apotek Landungsari Farma mudah dijangkau 2. Apotek terlihat bersih dan ruang tunggu apotek nyaman dan tertata rapi 3. Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	- Apotek mudah dijangkau oleh konsumen - Tempat parkir apotek memadai - Apotek terlihat bersih dan rapi - Ruang tunggu apotek nyaman - Obat yang tersedia lengkap - Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	Dirasakan 5= Sangat Baik 4= Baik 3= Cukup Baik 2= Kurang Baik 1= Tidak Baik Harapan 5= Sangat Penting 4= Penting 3= Cukup Penting 2= Kurang Penting 1= Tidak Penting	Ordinal	Kuesioner
--	---------------------------------------	---	--	--	---	---------	-----------

	Kehandalan (<i>Reability</i>)	Kemampuan petugas apotek untuk memberikan pelayanan obat tanpa resep di apotek Landungsari Farma yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan	1.kelengkapan informasi obat yang disampaikan oleh petugas apotek	<ul style="list-style-type: none"> - Petugas apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen - Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan - Petugas apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen - Petugas apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan 	<p>Dirasakan 5= Sangat Baik 4= Baik 3= Cukup Baik 2= Kurang Baik 1= Tidak Baik</p> <p>Harapan 5= Sangat Penting 4= Penting 3= Cukup Penting 2= Kurang Penting 1= Tidak Penting</p>	Ordinal	Kuesioner
--	------------------------------------	--	---	--	--	---------	-----------

				<p>tidak tersedia</p> <p>- Petugas apotek memberi informasi tentang efek samping obat</p> <p>- Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti</p> <p>- Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat- obatan yang didapatnya</p> <p>- Petugas apotek</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

				memberikan kesempatan kepada pasien untuk menceritakan keluhannya			
	Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>)	Suatu respon atau Sikap tanggap petugas apotek Landungsari Farma dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen	1.petugas apotek memberi Salam dan terimakasih 2. petugas apotek cepat tanggap memberikan pelayanan	-Petugas apotek mengucapkan selamat datang di apotek landungsari farma - Petugas apotek mengucapkan terimakasih, semoga sehat selalu, saat konsumen selesai melakukan pembelian obat - Petugas langsung melayani	Dirasakan 5= Sangat Baik 4= Baik 3= Cukup Baik 2= Kurang Baik 1= Tidak Baik Harapan 5= Sangat Penting 4= Penting 3= Cukup Penting 2= Kurang Penting 1= Tidak Penting	Ordinal	Kuesioner

			<p>3. Petugas apotek cepat tanggap terhadap keluhan konsumen</p> <p>4. Petugas memberikan solusi kepada konsumen</p>	<p>konsumen yang datang</p> <p>- Petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat konsumen bertanya</p> <p>-Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat</p> <p>- Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen</p> <p>- Petugas apotek merekomendasikan obat</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				yang sesuai - Petugas memberikan solusi bila obat yang diminta pasien kosong			
	Jaminan (<i>Asurance</i>)	petugas apotek memberikan kepercayaan dan kebenaran atas kualitas pelayanan yang diberikan	1. Petugas apotek menjamin keaslian, mutu 2. petugas memeriksa kembali dan menyesuaikan sebelum obat diberikan kepada konsumen	- Obat yang dijual asli - Obat yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di apotek - Obat yang dijual tidak kadaluarsa - Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	Dirasakan 5= Sangat Baik 4= Baik 3= Cukup Baik 2= Kurang Baik 1= Tidak Baik Harapan 5= Sangat Penting 4= Penting 3= Cukup Penting 2= Kurang Penting 1= Tidak Penting	Ordinal	Kuesioner
	Empati	Peduli dalam	1. petugas	- Petugas	Dirasakan	Ordinal	Kuesioner

	(Empaty)	memberikan perhatian pribadi bagi konsumen	memberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen	<p>apotek melakukan 3S (Senyum, sapa, senyum)</p> <p>- Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen</p> <p>- Petugas apotek mendengarkan kebutuhan konsumen</p> <p>- Petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen</p> <p>- Petugas apotek tidak membiarkan</p>	<p>5= Sangat Baik</p> <p>4= Baik</p> <p>3= Cukup Baik</p> <p>2= Kurang Baik</p> <p>1= Tidak Baik</p> <p>Harapan</p> <p>5= Sangat Penting</p> <p>4= Penting</p> <p>3= Cukup Penting</p> <p>2= Kurang Penting</p> <p>1= Tidak Penting</p>		
--	----------	--	--	--	--	--	--

				konsumen menunggu lama - Pelayanan petugas apotek sopan			
--	--	--	--	--	--	--	--

4.6 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 (Sugiyono, 2016). 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 korelasi pearson, sedangkan r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r minimal adalah 0,30 (Sugiyono, 2016).

4.7 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 kuisioner 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 kuisioner tersebut reliabel, sebaliknya jika *cronbach alpha* lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan tidak reliabel (Sugiyono, 2010).

Tabel 4.3 Tingkat Keandalan *Cronbach Alpha*

Nilai <i>cronbach Alpha</i>	Tingkat keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 - 0.40	Agak Andal
>0.40 - 0.60	Cukup Andal
>0.60 - 0.80	Andal
>0.80-1.00	Sangat Andal

4.8 Prosedur Penelitian

4.8.1 Prosedur Penelitian

1. Peneliti melakukan perizinan dan survei ke Apotek Landungsari Farma.
2. Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas
3. Peneliti melakukan skrining untuk memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian berdasarkan hasil *survey* yang telah didapatkan.
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.

4.9 Analisis data

Pada penelitian ini digunakan analisis deskriptif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah dengan *Microsoft Office Excel 2010* dan *SPSS*. Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan table dan grafik untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan farmasi oleh konsumen tentang pelayanan obat tanpa resep yang diberikan oleh petugas apotek Landungsari Farma.

Analisa data penelitian ini dilakukan dengan *Customer Satisfaction Index (CSI)* atau Indeks Kepuasan Konsumen. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut- atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Syukri, 2014).

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)* Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan (*importance*) tiap atribut dan

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

rata-rata kepuasan (*satisfaction*) tiap atribut.

n= Jumlah Pelanggan (Responden) n= Jumlah Pelanggan (Responden) Yi=

Nilai Kepentingan Atribut Y ke i Xi= Nilai Kepuasan Atribut X ke i

2. Menghitung *Weight Factors* (WF), merupakan persentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) per atribut terhadap *Mean Importance Score* (MIS) seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

MIS_i = *Mean Importance Score*

P = Jumlah Atribut l

= Atribut ke-i

3. Menghitung *Weight Score* (WS), merupakan perkalian antara *Weight Factors* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score*/MSS)

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

4. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Tabel 4.4 Kategori kepuasan

Kategori	Persentase		
Sangat Tidak Puas	25%	–	43,75%
Tidak Puas	43,76%	–	62,50%
Puas	62,51%	–	81,25%
Sangat Puas	81,26%	–	100%

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen penelitian dilakukan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan telah layak digunakan yaitu telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Dilakukan sebelum pengambilan data.

Uji instrumen penelitian dilakukan terhadap 30 sampel dengan nilai signifikansi 5% menggunakan aplikasi SPSS 24, sehingga didapatkan rumus $n-2$ dan didapatkan r tabel sebesar 0,361, pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung dari pertanyaan tersebut melebihi 0,361 dan begitu pula sebaliknya jika kurang dari 0,361 maka dinyatakan tidak valid.

5.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas kuesioner merupakan indeks yang menunjukkan alat ukur benar-benar mengukur apa yang di ukur. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Hasil pengujian validitas menggunakan SPSS 24, sebagai berikut:

Tabel 5.1 Hasil uji validitas kuesioner kepuasan konsumen

5.1.1.1 Hasil uji validitas kuesioner yang Dirasa

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Bukti langsung (Tangible)</i>			
1	0,378	0,361	Valid
2	0,400	0,361	Valid
3	0,422	0,361	Valid
4	0,368	0,361	Valid
5	0,519	0,361	Valid
6	0,621	0,361	Valid
<i>kehandalan (reliability)</i>			
7	0,799	0,361	Valid
8	0,652	0,361	Valid
9	0,655	0,361	Valid
10	0,753	0,361	Valid
11	0,805	0,361	Valid
12	0,814	0,361	Valid
13	0,548	0,361	Valid
14	0,621	0,361	Valid
<i>Daya Tanggap (responsiveness)</i>			
15	0,630	0,361	Valid
16	0,559	0,361	Valid
17	0,704	0,361	Valid
18	0,841	0,361	Valid
19	0,801	0,361	Valid
20	0,789	0,361	Valid
21	0,574	0,361	Valid
22	0,500	0,361	Valid
<i>Jaminan (assurance)</i>			
23	0,392	0,361	Valid
24	0,623	0,361	Valid
25	0,812	0,361	Valid
26	0,744	0,361	Valid
<i>Empati (empathy)</i>			
27	0,605	0,361	Valid
28	0,401	0,361	Valid
29	0,460	0,361	Valid
30	0,439	0,361	Valid
31	0,369	0,361	Valid
32	0,637	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 5.1.1 dapat dijelaskan bahwa pernyataan tingkat kepuasan pada dimensi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) didapatkan r hitung 0,368-0,841 yang lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,361 yang berarti butir pertanyaan dinyatakan valid.

4.1.1.2 Hasil uji validitas kuesioner yang Diharapkan

Tabel 5.2 Hasil uji validitas kuesioner kepuasan konsumen

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Bukti langsung (Tangible)</i>			
1	0,451	0,361	Valid
2	0,387	0,361	Valid
3	0,406	0,361	Valid
4	0,393	0,361	Valid
5	0,386	0,361	Valid
6	0,374	0,361	Valid
<i>kehandalan (reliability)</i>			
7	0,408	0,361	Valid
8	0,395	0,361	Valid
9	0,367	0,361	Valid
10	0,438	0,361	Valid
11	0,708	0,361	Valid
12	0,370	0,361	Valid
13	0,866	0,361	Valid
14	0,848	0,361	Valid
<i>Daya Tanggap (responsiveness)</i>			
15	0,546	0,361	Valid
16	0,701	0,361	Valid
17	0,750	0,361	Valid
18	0,864	0,361	Valid
19	0,924	0,361	Valid
20	0,889	0,361	Valid
21	0,807	0,361	Valid
22	0,968	0,361	Valid
<i>Jaminan (assurance)</i>			
23	0,816	0,361	Valid
24	0,927	0,361	Valid
25	0,869	0,361	Valid
26	0,921	0,361	Valid

Empati (<i>empathy</i>)			
27	0,829	0,361	Valid
28	0,864	0,361	Valid
29	0,843	0,361	Valid
30	0,863	0,361	Valid
31	0,863	0,361	Valid
32	0,886	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 5.1.2 dapat dijelaskan bahwa pernyataan tingkat kepuasan pada dimensi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) didapatkan r hitung 0,367-0,968 yang lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,361 yang berarti butir pertanyaan dinyatakan valid.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variable. Koefisien dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil diukur sekali saja (ghozali, 2005). Pengujian Reliabilitas ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 24. Uji Reliabilitas instrument digunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika koefisien alfa lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan instrument penelitian tersebut reliable atau handal (ghozali, 2005).

Tabel 5.3 Hasil uji reliabilitas kuesioner yang dirasa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	32

Berdasarkan tabel 5.2 hasil uji reliabilitas pada penelitian sebesar 0.943 maka dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner ini dinyatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat harapan dapat dilihat di tabel 5.4 di bawah ini:

Tabel 5.4 Hasil uji reliabilitas kuesioner yang di harapkan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.967	32

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dijelaskan bahwa 32 pertanyaan tingkat harapan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,967, nilai tersebut lebih besar dari 0,6 yang berarti semua pernyataan dinyatakan reliable.

5.2 Karakteristik Konsumen

5.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki – laki	43	43 %
Perempuan	57	57 %
Jumlah	100	100%

Pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden terbanyak berjenis kelamin perempuan dengan total 57 responden atau 57% sedangkan responden laki-laki berjumlah 43 responden 43%. Menurut Rahmawati dan Tri (2017) bahwa umumnya perempuan lebih rentan terhadap penyakit dan lebih cepat menginginkan bantuan kesehatan jika mengalami masalah kesehatan dibandingkan dengan laki-laki. Sejalan dengan Wiwin (2016) menyatakan bahwa jenis kelamin dapat mempengaruhi persepsi konsumen, wanita lebih cenderung berfikir menggunakan perasaan dan laki-laki menggunakan logika.

5.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Golongan usia, keinginan dan kesanggupan seseorang berubah sesuai bertambahnya usia. Klafikasi umur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Menurut Depkes RI (2009)

1. Masa remaja akhir (17-25 tahun)
2. Masa dewasa awal (26-35 tahun)
3. Masa dewasa akhir (36-45 tahun)
4. Masa lansia awal (46-55 tahun)

Tabel 5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
17-25 tahun	78	72 %
26-35 tahun	13	19 %
36-45 tahun	8	6 %
46-55 tahun	1	3 %
≥65 tahun	0	0
Jumlah	100	100%

Berdasarkan karakteristik umur konsumen pada tabel 5.6 tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak berkunjung ke apotek adalah konsumen berumur 17-25 tahun sekitar 78 orang dengan persentase sebesar 78% dan paling sedikit konsumen berumur 46-55 tahun kebawah 1 orang dengan persentase sebesar 1%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pangala (2014) pasien dengan rentan umur 18-40 tahun memiliki persentase terbesar yaitu 87% sedangkan dengan umur 60 tahun ke atas memiliki persentase terkecil yaitu 9,09%. 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

Data karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat di tabel sebagai berikut:

Tabel 5.7 Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
SMP	3	3 %
SMA	13	13 %
Perguruan Tinggi	84	84 %
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 5.7 di atas diketahui bahwa konsumen terbanyak memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi sebanyak 84 orang dengan persentase sebesar 84% dan konsumen paling sedikit pada jenjang pendidikan SMP sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 3%. 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

Data karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat di tabel sebagai berikut:

Tabel 5.8 Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
Mahasiswa/Mahasiswi	64	64%
Pegawai negeri sipil	2	2%
Wiraswasta	13	13%
Ibu rumah tangga	6	6 %
Lain-lain	15	15 %
Jumlah	100	100%

Pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa/mahasiswi sebanyak 64 orang atau 64%, dan konsumen dengan pekerjaan paling sedikit adalah PNS sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 2%. Berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh mahasiswa/mahasiswi, hal ini mungkin disebabkan karena apotek Landungsari Farma terletak di kawasan kos-kosan mahasiswa dan mahasiswi dari beberapa universitas di Malang, seperti Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Tribuwana Tungadewi Malang, dan Universitas Islam Malang sehingga banyak mahasiswa yang berkunjung.

5.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Apotek

Data karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan dapat dilihat di tabel sebagai berikut:

Tabel 5.9 Karakteristik konsumen berdasarkan kunjungan ke Apotek

Frekuensi Kunjungan	Jumlah (orang)	Persentase
Pertama kali	9	9 %
2-5 kali	35	35 %
>5 kali	56	56 %
Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel 5.9 menunjukkan bahwa jumlah responden yang baru pertama kali datang ke apotek untuk membeli obat sebanyak 9%, yang sudah datang ke apotek 2-5 kali sebanyak 35%, dan yang datangnya lebih dari 5 kali sebanyak 56%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merupakan pelanggan tetap di apotek landungsari farma dan juga merupakan konsumen sudah mempunyai loyalitas pada apotek landungsari farma. 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 Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma

Perhitungan berdasarkan hasil penilaian kinerja dan harapan dari pelayanan di apotek landungsari farma, 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:

$$\begin{aligned}\sum Y_i &= (73 \times 5) + (24 \times 4) + (3 \times 3) + (0 \times 0) + (0 \times 0) \\ &= 365 + 96 + 9 \\ &= 470 \\ Y_i &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{470}{100} = 4,70\end{aligned}$$

Tabel 5.10 Nilai Harapan Konsumen

Pertanyaan	Nilai Skor ($\sum Y_i$)	Nilai Harapan Konsumen (Y_i)
Atribut 1	460	4,70
Atribut 2	451	4,51
Atribut 3	467	4,75
Atribut 4	462	4,62
Atribut 5	470	4,70
Atribut 6	470	4,70
Atribut 7	466	4,66
Atribut 8	468	4,68
Atribut 9	467	4,67
Atribut 10	508	5,08
Atribut 11	467	4,67
Atribut 12	465	4,65
Atribut 13	463	4,63
Atribut 14	468	4,68
Atribut 15	441	4,41
Atribut 16	455	4,55
Atribut 17	467	4,67
Atribut 18	456	4,56
Atribut 19	461	4,61
Atribut 20	464	4,64
Atribut 21	467	4,67
Atribut 22	461	4,61
Atribut 23	484	4,84
Atribut 24	466	4,66
Atribut 25	472	4,72
Atribut 26	473	4,73
Atribut 27	466	4,66
Atribut 28	470	4,70
Atribut 29	470	4,70
Atribut 30	473	4,73
Atribut 31	475	4,75
Atribut 32	475	4,75

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

$$\begin{aligned}\sum X_i &= (70 \times 5) + (26 \times 4) + (4 \times 3) + (0 \times 0) + (0 \times 0) \\ &= 350 + 104 + 12 \\ &= 466\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}X_i &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= \frac{466}{100} = 4,66\end{aligned}$$

Tabel 5.11 Nilai Performance Yang Diterima Konsumen

Pertanyaan	Nilai Skor ($\sum X_i$)	Nilai Performance (X_i)
Atribut 1	466	4,66
Atribut 2	418	4,18
Atribut 3	467	4,67
Atribut 4	404	4,04
Atribut 5	448	4,48
Atribut 6	464	4,64
Atribut 7	458	4,58
Atribut 8	454	4,54
Atribut 9	452	4,52
Atribut 10	449	4,49
Atribut 11	419	4,19
Atribut 12	451	4,51
Atribut 13	443	4,43
Atribut 14	445	4,45
Atribut 15	383	3,83
Atribut 16	407	4,07
Atribut 17	438	4,38
Atribut 18	447	4,47
Atribut 19	438	4,38
Atribut 20	445	4,45
Atribut 21	452	4,52
Atribut 22	445	4,45
Atribut 23	473	4,73
Atribut 24	456	4,56
Atribut 25	470	4,70
Atribut 26	471	4,71

Atribut 27	452	4,52
Atribut 28	469	4,69
Atribut 29	464	4,64
Atribut 30	401	4,01
Atribut 31	466	4,66
Atribut 32	470	4,70

5.4 Kepuasan dan Harapan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian

Terdapat 5 dimensi yang mewakili persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan jasa, diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Data untuk pernyataan tiap – tiap dimensi yang diberikan kepada 100 responden mengenai pelayanan di apotek landungsari farma dapat diketahui sebagai berikut:

5.4.1 Dimensi Bukti Langsung

Bukti langsung menjadi sangat penting sebagai tolak ukur dari pelayanan. bukti langsung yang baik akan mempengaruhi harapan pelanggan karena bukti langsung yang baik menjadikan harapan konsumen lebih tinggi (Ramdan, 2008). Pada penelitian kali ini terdapat 6 pernyataan yang menggambarkan harapan dan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek landungsari farma.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) maka didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien terhadap tiap-tiap pernyataan seperti halnya pada tabel:

Tabel 5.12 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi bukti langsung

No	Item	Kenyataan MSS	Harapan MIS	Tingkat pernyataan kepuasaan
1	Apotek mudah dijangkau oleh konsumen	4,66	4,70	93,2%
2	Tempat parkir apotek memadai	4,18	4,51	83,6%
3	Apotek terlihat bersih dan rapi	4,67	4,75	93,4%
4	Ruang tunggu apotek nyaman	4,04	4,62	80,8%
5	Obat yang tersedia lengkap	4,48	4,70	89,6%
6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	4,64	4,70	92,8%

Berdasarkan tabel 5.12 diatas pada pernyataan 1 apotek mudah dijangkau oleh konsumen dengan nilai kepuasan 93,2% yaitu sangat puas, 2 tempat parkir apotek memadai dengan nilai kepuasan 83,6% yaitu sangat puas, 3 apotek terlihat bersih dan rapi dengan nilai kepuasan 93,4% yaitu sangat puas, 4 ruang tunggu apotek nyaman dengan nilai kepuasan 80,8% yaitu puas, 5 obat yang tersedia lengkap dengan nilai kepuasan 89,6% yaitu sangat puas, 6 petugas apotek berpakaian bersih dan rapi dengan nilai kepuasan 92,8% sangat puas.

Data tersebut menunjukkan penilaian responden yaitu sangat puas terhadap seluruh item pernyataan dimensi *tangible* yang berarti bahwa persepsi pasien terhadap ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan pasien sudah sesuai dengan harapan pasien. akan tetapi petugas harus meningkatkan pelayanan pada pernyataan ruang tunggu apotek nyaman karena memiliki nilai kepuasan terendah dengan presentase 80.8% (puas). Menurut Yeni dan Safitri (2017) adanya ketidakpuasan pasien terhadap tempat duduk ruang tunggu dapat disebabkan karena jumlah pasien yang banyak sehingga kursi tidak mencukupi sehingga pasien berdiri untuk mengantri. Penelitian lain menjelaskan bahwa ketidaknyamanan ruang tunggu terjadi karena banyaknya antrian menunggu membuat pasien merasa tidak puas (Chusna, 2018).

5.4.2 Dimensi Keandalan

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya merupakan keandalan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama tanpa kesalahan untuk semua pelanggan, simpatik (Lupiyoadi, 2006). Pada penelitian kali ini terdapat 8 pernyataan yang menggambarkan harapan dan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek landungsari farma.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) maka didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien terhadap tiap-tiap pernyataan seperti halnya pada tabel:

Tabel 5.13 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi keandalan

No.	Item	Kenyataan MSS	Harapan MIS	Tingkat pernyataan kepuasan
1	Petugas apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen	4,58	4,66	91,6%
2	Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan	4,54	4,68	90,8%
3	Petugas apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen	4,52	4,67	90,4%
4	petugas apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia	4,49	5,08	89,8%
5	Petugas apotek memberi informai tentang efek samping obat	4,19	4,67	83,8%
6	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	4,51	4,65	90,2%
7	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya	4,43	4,63	88,6%
8	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk menceritakan keluhannya	4,45	4,68	89%

Berdasarkan tabel 5.13 diatas pada pernyataan 1 petugas apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen dengan nilai kepuasan 91,6% yaitu sangat puas, 2 petugas apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan dengan

nilai kepuasan 90,8% yaitu sangat puas, 3 petugas apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen dengan nilai kepuasan 90,4% yaitu sangat puas, 4 petugas apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia nyaman dengan nilai kepuasan 89,8% yaitu sangat puas, 5 petugas apotek memberi informasi tentang efek samping obat dengan nilai kepuasan 83,8% yaitu sangat puas, 6 petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti nilai kepuasan 92,2% sangat puas, 7 petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya dengan nilai kepuasan 88,6% yaitu sangat puas, 8 petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk menceritakan keluhannya dengan nilai kepuasan 89% yaitu sangat puas.

Berdasarkan data tersebut pasien dikatakan sangat puas pada semua item pernyataan dimensi kehandalan (reliability) yang berarti persepsi pasien terhadap pelayanan pada dimensi ini telah sesuai dengan harapan yang diinginkan, akan tetapi petugas harus meningkatkan pelayanan pada pernyataan petugas apotek memberi informasi tentang efek samping obat karena mendapatkan nilai kepuasan terendah dengan presentase 83,8% (sangat puas). Menurut Ahaditomo (2004) permasalahan terkait efek samping obat tidak bisa dipandang sebelah mata karena dapat menimbulkan beberapa dampak negatif bagi pasien baik dari segi psikologi, ekonomi dan juga keberhasilan terapi. Penelitian lain menjelaskan bahwa kurangnya informasi pasien mengenai obat yang digunakan salah satunya yaitu efek samping obat dapat menyebabkan ketidakpatuhan pasien untuk minum obat (Akbar, 2018).

5.4.3 Dimensi Daya Tanggap

Respon karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap merupakan penjelasan dari *responsiveness*. Daya tanggap yang diberikan apotek landungsari farma secara baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen (Ramdan, 2008). Pada penelitian kali ini terdapat 8 pernyataan yang menggambarkan harapan dan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek landungsari farma.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) maka didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien terhadap tiap-tiap pernyataan seperti halnya pada tabel:

Tabel 5. 14 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi daya tanggap

No	Item	Kenyataan MSS	Harapan MIS	Tingkat pernyataan kepuasaan
1	Petugas apotek mengucapkan selamat datang di apotek Landungsari Farma	3,83	4,41	76,6%
2	Petugas apotek mengucapkan terimakasih, semoga sehat selalu, saat konsumen selesai melakukan pembelian obat	4,07	4,55	81,4%
3	Petugas langsung melayani konsumen yang datang	4,38	4,67	87,6%
4	Petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat konsumen bertanya	4,47	4,56	89,4%
5	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat	4,38	4,61	87,6%
6	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen	4,45	4,64	89%
7	petugas apotek merekomendasikan obat yang sesuai	4,52	4,67	90,4%
8	Petugas memberikan solusi bila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada	4,45	4,61	89%

Berdasarkan tabel 5.14 diatas pada pernyataan 1 petugas apotek mengucapkan selamat datang di apotek landungsari farma dengan nilai kepuasan 76,6% yaitu puas, 2 petugas apotek mengucapkan terimakasih, semoga sehat selalu, saat konsumen selesai melakukan pembelian obat dengan nilai kepuasan 81,4% yaitu sangat puas, 3 petugas langsung melayani konsumen yang datang dengan nilai kepuasan 87,6% yaitu sangat puas, 4 petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat konsumen bertanya dengan nilai kepuasan 89,4% yaitu sangat puas, 5 setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat dengan nilai kepuasan 87,6% yaitu sangat puas, 6 petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen dengan nilai kepuasan 89% sangat puas, 7 petugas apotek merekomendasikan obat yang sesuai dengan nilai kepuasan 90,4% yaitu sangat puas, 8 petugas memberikan solusi bila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada dengan nilai kepuasan 89% yaitu sangat puas.

Data tersebut menunjukkan penilaian responden yaitu sangat puas terhadap seluruh item pernyataan dimensi *responsiveness* yang berarti bahwa persepsi pasien terhadap kemampuan petugas apotek dalam memberikan pelayanan sudah sesuai dengan harapan pasien. Penelitian lain menjelaskan bahwa suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, serta didukung oleh adanya keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap mampu meningkatkan kepuasan pasien (Faridawaty, 2019).

5.4.4 Dimensi Jaminan

Dimensi jaminan (Assurance) merupakan dimensi mutu pelayanan yang berupa adanya jaminan yang mencakup pengetahuan dan keterampilan petugas, kesopanan dan keramahan, kemampuan dalam berkomunikasi, sifat dapat dipercaya dan adanya jaminan keamanan (Supranto, 2011). Pada penelitian kali ini terdapat 4 pernyataan yang menggambarkan harapan dan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek landungsari farma.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) maka didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien terhadap tiap-tiap pernyataan seperti halnya pada tabel:

Tabel 5. 15 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi jaminan

No	Item	Kenyataan MSS	Harapan MIS	Tingkat pernyataan kepuasaan
1	Obat yang dijual asli	4,73	4,84	94,6%
2	Obat yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di apotek	4,56	4,66	91,2%
3	Obat yang dijual tidak kadaluarsa	4,70	4,72	94%
4	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	4,71	4,73	94,2%

Berdasarkan tabel 5.15 diatas pada pernyataan 1 obat yang dijual asli dengan nilai kepuasan 94,6% yaitu sangat puas, 2 obat yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di apotek dengan nilai kepuasan 91,2% yaitu sangat puas, 3 obat yang dijual tidak kadaluarsa dengan nilai kepuasan 94% yaitu sangat puas, 4 obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta dengan nilai kepuasan 94,2% yaitu sangat puas.

Data tersebut menunjukkan penilaian responden yaitu sangat puas terhadap seluruh item pernyataan dimensi *assurance* yang berarti bahwa persepsi pasien terhadap kemampuan petugas apotek landungsari farma dalam menanamkan keyakinan pada pasien sudah sesuai dengan harapan pasien. Pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan sangat membantu petugas dalam meyakinkan pasien dalam setiap informasi yang disampaikannya sehingga menciptakan rasa kepercayaan dari pasien (Akbar, 2018).

5.4.5 Dimensi Empati

Dimensi Kepedulian (empati) merupakan dimensi kualitas pelayanan berupa pemberian perhatian yang sungguh-sungguh dari petugas kepada konsumen atau pasien secara individu (Supranto, 2011). Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan secara spesifik, serta waktu pengoperasian yang nyaman untuk pelanggan (Parasuraman, 2011). Pada penelitian kali ini terdapat 6 pernyataan yang menggambarkan harapan dan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di apotek landungsari farma.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) maka didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien terhadap tiap-tiap pernyataan seperti halnya pada tabel:

Tabel 5.16 Perhitungan tingkat kepuasan pada dimensi empati

No	Item	Kenyataan MSS	Harapan MIS	Tingkat pernyataan kepuasaan
1	Petugas apotek melakukan 3S (Senyum, Sapa, Senyum)	4,52	4,66	90,4%
2	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen	4,69	4,70	93,8%
3	Petugas apotek mendengarkan kebutuhan konsumen	4,64	4,70	92,8%
4	Petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen	4,01	4,73	80,2%
5	Petugas apotek tidak membiarkan konsumen menunggu lama	4,66	4,75	93,2%
6	Pelayanan petugas apotek sopan	4,70	4,75	94%

Berdasarkan tabel 5.12 diatas pada pernyataan 1 petugas apotek melakukan 3S (Senyum, Sapa, Senyum) dengan nilai kepuasan 90,4% yaitu sangat puas, 2 petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial dengan nilai kepuasan 93,8% yaitu sangat puas, 3 petugas apotek mendengarkan kebutuhan konsumen dengan nilai kepuasan 92,8% yaitu sangat puas, 4 petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen dengan nilai kepuasan 80,2% yaitu puas, 5 petugas apotek tidak membiarkan konsumen menunggu lama dengan nilai kepuasan 93,2% yaitu sangat puas, 6 Pelayanan petugas apotek sopan dengan nilai kepuasan 94% sangat puas.

Berdasarkan data tersebut pasien dikatakan puas pada semua item pernyataan dimensi kepedulian (emphaty) yang berarti persepsi pasien terhadap pelayanan pada dimensi ini telah sesuai dengan harapan yang diinginkan, akan tetapi petugas harus meningkatkan pelayanan pada pernyataan petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen karena mendapatkan nilai kepuasan terendah dengan presentase 80,2% (puas).

Menurut Sholihah (2019) kepedulian petugas kefarmasian kepada pasien diperlukan agar pasien merasa dihormati dan diperhatikan. Perasaan nyaman juga dapat mengurangi rasa kecemasan, pasien merasa diperhatikan dan dihargai dapat memberikan kepuasan untuk pasien (Akbar, 2018).

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 landungsari farma ditunjukkan pada tabel 5.17

Tabel 5.17 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

No	Kenyataan (MSS)	Harapan (MIS)	WF	WS
1	4,66	4,70	16,80	0,78
2	4,18	4,51	16,12	0,67
3	4,67	4,75	16,96	0,79
4	4,04	4,62	16,51	0,67
5	4,48	4,70	16,80	0,75
6	4,64	4,70	16,80	0,78
7	4,58	4,66	12,35	0,57
8	4,54	4,68	12,41	0,56
9	4,52	4,67	12,38	0,56
10	4,49	5,08	13,47	0,60
11	4,19	4,67	12,38	0,52
12	4,51	4,65	12,33	0,56
13	4,43	4,63	12,27	0,54
14	4,45	4,68	12,41	0,55
15	3,83	4,41	12,01	0,46
16	4,07	4,55	12,39	0,50
17	4,38	4,67	12,72	0,56
18	4,47	4,56	12,42	0,56
19	4,38	4,61	12,55	0,55
20	4,45	4,64	12,64	0,56
21	4,52	4,67	12,72	0,57
22	4,45	4,61	12,55	0,56
23	4,73	4,84	25,54	1,21
24	4,56	4,66	24,59	1,12

25	4,70	4,72	24,91	1,17
26	4,71	4,73	24,96	1,18
27	4,52	4,66	16,47	0,74
28	4,69	4,70	16,61	0,78
29	4,64	4,70	16,61	0,77
30	4,01	4,73	16,72	0,67
31	4,66	4,75	16,79	0,78
32	4,70	4,75	16,79	0,79

5.6 Tingkat kepuasan terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek landungsari farma menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Berdasarkan tabel-tabel perhitungan tingkat kepuasan pasien pada tiap dimensi maka dapat dilakukan perhitungan untuk menentukan tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan di apotek landungsari farma menggunakan metode *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*, seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.18 Perhitungan tingkat kepuasan total dengan *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*

No	Dimensi	MSS	MIS	WF (%)	WS	CSI (%)	Tingkat Kepuasan
1.	Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	26,67	27,98	16,67	4,44	88,8	Sangat Puas
2.	Kehandalan (<i>Realibility</i>)	35,71	37,72	12,5	4,46	89,2	Sangat Puas
3.	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	34,55	36,72	12,5	4,32	86,4	Sangat Puas
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	18,7	18,95	25	4,68	93,6	Sangat Puas
5.	Empati (<i>Empaty</i>)	27,22	28,29	16,67	4,53	90,6	Sangat Puas
<i>Customer Satisfaction Indeks (CSI) (%)</i>						89,72	Sangat Puas

Berdasarkan tabel 5.18 menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan CSI, dimensi *Assurance* menempati dimensi dengan nilai kepuasan tertinggi sebesar 93,6%. Selanjutnya dimensi *Empaty* dengan nilai kepuasan sebesar 90,6%, dimensi *reliability* dengan nilai kepuasan sebesar 89,2%, dimensi *tangible* dengan nilai kepuasan sebesar

88,8%, dan nilai kepuasan terendah terletak pada dimensi *responsiveness* sebesar 86,4%. Dari ke-5 dimensi tersebut diperoleh nilai total CSI sebesar 89,72%. Nilai tersebut masuk ke dalam kategori tingkat kepuasan yaitu sangat puas.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pasien, yang mana setiap dimensi memiliki keterkaitan. Apabila salah satu dimensi memiliki tingkat kepuasan yang rendah, maka segera diketahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya perbaikan secara terus menerus untuk meningkatkan kepuasan pasien terutama hal – hal yang dianggap penting oleh pasien. Dimensi yang telah memberikan rasa puas terhadap pasien, maka dapat diketahui bagaimana jalannya proses pelayanan sehingga dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh pihak petugas apotek landunsari farma.

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa responden sangat puas terhadap pelayanan kefarmasian yang diberikan oleh petugas apotek landunsari farma. Dimensi sarana bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa, dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *compliance*, *assurance*, *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hasan, 2006).

Berdasarkan data penelitian yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma, petugas apotek mampu memenuhi harapan pasien yang datang membeli obat di apotek landungsari farma sehingga responden merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Faktor yang menyebabkan tingginya nilai kepuasan pasien di apotek landungsari farma disertai dengan banyaknya pasien yang melakukan pembelian obat berulang >5 kali sebanyak 56%, 2-5 kali 35%. Penelitian lain yang berjudul Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Tingkat kepuasan pasien yang baik akan memicu adanya loyalitas pasien yang berkunjung, sedangkan jika tingkat ketidakpuasan pasien lebih banyak, maka akan mempengaruhi penurunan jumlah pengunjung di puskesmas (Chusna, 2018). Penelitian lain juga menjelaskan apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapanpelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal (Tjiptono, 2005).

5.7. Melayani Konsumen Dalam Pandangan Islam

Pelayanan merupakan hal yang paling utama dalam suatu usaha maupun sebuah kegiatan, melayani konsumen dengan baik akan menentukan kepuasan konsumen. Islam sangat menganjurkan untuk melakukan suatu pelayanan dengan baik. Menurut Bukhori dan Djaslim dalam Al Arif (2010: 221) Ada beberapa hal dalam pelayanan konsumen yang dianjurkan dalam islam untuk menunjukkan kualitas pokok pelayanan sebagai berikut 1. Ketanggapan (Reponsiveness), 2. Keandalan (Reability), 3. Jaminan (Assurance), 4. Empati (Empathy), dan 5. Bukti Fisik (Tangible). Atas dasar itulah kualitas pelayan perlu dilakukan dengan baik sesuai yang telah dianjurkan oleh islam untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Layanan konsumen merupakan bagian dari perbuatan baik yang diperintahkan Allah dalam Al quran. Dalam melayani konsumen hendaklah memiliki budi pekerti yang 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 pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kita diperintahkan berbuat kebaikan tanpa membedakan latar belakang suku, agama, rasa atau status sosial. Hal lain tidak boleh kita lupakan ketika berbuat baik adalah kita harus tulus dan ikhlas, melakukannya karena mengharapkan ridho Allah semata.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek landungsari farma menghasilkan nilai total CSI sebesar 89,72% sehingga masuk ke dalam kategori sangat puas.

b. Saran

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

1. Apotek landungsari farma perlu mempertahankan atau meningkatkan pelayanan yang diberikan agar sesuai dengan harapan konsumen
2. Perlu ditingkatkan kinerja seluruh pegawai apotek landungsari farma agar selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih KP, Nurmalina R, Djamaludin MD. 2015. Customer satisfaction and loyalty of a franchise product evidence from nasi bebek ginyo restaurant in Jakarta. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 1(1): 42–50.
- Al Arif, Nur Rianto, Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah; cetakan I, Jakarta, Alfabeta cv, 2010
- Anief, M. 2008. *Manajemen Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Anief. M. 2001. *Manajemen Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bafhen, F. 2006. *Aspek. Legal Layanan Farmasi Komunitas Konsep Pharmaceutical Care, Edisi I. Vol.I*. Jakarta : PT.ISFI.
- Bertawati. 2013. *Profil Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Konsumen Apotek di Kecamatan Adiwerna Kota Tegal*. Caliptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No. 2.
- 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: DepkesRI.
- Departemen Kesehatan RI. 2013. Riset Kesehatan Dasar. Jakarta: Badan Penelitian dan pengembangan Kesehatan Kementrian Kesehatan 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
- Dirjen Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan. 2014. *Keputusan Direktur Jenderal Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan Nomor HK.o2.03/III/1346/2013 tentang Pedoman Penerapan Formularium Nasional*. Jakarta: Dirjen Binfar dan Alkes.
- Dyah NM, Alwiah M, Indriani. 2016. *Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Resep di Apotek Instalasi Farmasi Badan Rumah Sakit Daerah Luwuk Kabupaten Banggai*. *GALENKA Journal Of Pharmacy* Vol. 2(2):111-117 Oktober 2016.

- Farida, B. 2014. *Evaluasi 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.
- Focus, 2010. Analisis aplikasi standar pelayanan kefarmasian di Apotek Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi* 1 (1): 49–55.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gronroos, M. 1990. *Perceived Service Quality Model*. Published Ohio University Press. California.
- Hariato, Khasanah N., Supardi S, 2005. Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Resep di Apotek Kopkar Rumah Sakit Budhi Asih Jakarta. Vol.II, No. 1, 22-26 12-21, ISSN: 1693-9883.
- 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 Nomor 1027 tahun 2004. *Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*, 2004, Jakarta.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI. 2014. Permenkes RI No 75 tahun 1014. *Tentang Puskesmas*. Jakarta.
- Korbianus Nasto, 2007. Analisis kepuasan pelanggan dengan important performace analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@TI Undip* IX (1): 1–10.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Kevin, LK. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Macanan jaya Cemerlang.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Sebelas, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks.

- Moenir, 2011, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mowen, JC dan Michael M. 2001. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, JC dan Michael M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan Kesehatan*. Jakarta: Renika Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurhayati, Putri Anggraini A. *Pengetahuan dan Prilaku Swamedikasi oleh Ibu-Ibu di kelurahan Tamansari Kota Bandung*. Jurnal Integrasi Kesehatan & Sains, Vol.1 No.2.
- Parasuraman dan Zeithaml, V.A.1985. *Conceptual Model of Service Quality and its implication for future research*. Jurnal Marketing, Vol 49. 41-50.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 72. 2016. *Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek*. Jakarta: Kemenkes.
- Peraturan Pemerintah RI, 2009. Keputusan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 Tahun 2009 : Tenaga Pekerjaan Kefarmasian.
- Pohan. 2006. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan: Dasar- Dasar Pengertian dan Penerapan*. Jakarta: buku Kedokteran EGC.
- Pratiwi D, Wahyono D, Sampurno. 2013. Analisis kepuasan pasien farmasi rawat jalan menggunakan metode servqual: studi di rumah sakit swasta X Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi* 3 (1): 24–29.
- 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).
- Rahmawati. (2017). Pengaruh Audit Operasional, Pengendalian Internal, Good Clinical Governance, Etika Bisnis Lembaga Rumah Sakit Terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Pasien BPJS di Rumah Sakit (Studi Empiris Pada Rumah Sakit di Tulungagung), Skripsi, dipublikasikan, Yogyakarta, UMY). Skripsi. Dipublikasikan. Yogyakarta. UMY. Pangala, 2014
- Rangkuti, F. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rini, 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model Servqual (Studi Kasus Pada Tiga Apotek). *Majalah Ilmu Kefarmasian*;VI(2):56-74.
- Rochaety E, dkk. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*, Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rosita, 2012, *Studi Mengenai Pelayanan Kefarmasian Di Apotek-apotek Di Wilayah Surabaya Utara Kecamatan Semampir*, Fakultas Farmasi Universitas Surabaya.
- Sukrasno dkk, 2019. *Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame*. Jurnal Famasi Malahayati Vol 2 No 1, januari 2019
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- 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.
- Umar, H. 2005. Riset Pemasaran Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar. 2001. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wiwin. 2016. *Penilaian Terhadap Penerapan Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek –Apotek di Kota Ketapang Tahun 2006*. Skripsi.

Lampiran 1. Penjelasan Sebelum Persetujuan Untuk Mengikuti Penelitian

(PSP)

1. Saya Nurul Qomariyah 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 Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Landungsari Farma.**
2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek Landungsari Farma. 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. 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. 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. Nurul Qomariyah HP. 085936564903 sebagai peneliti utama.

PENELITI

Nurul Qomariyah

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 Nurul Qomariyah dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek Landungsari Farma**”. 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, tgl2021

Ketua Pelaksana Penelitian

Yang Memberikan Persetujuan

(.....)

(.....)

Saksi

(.....)

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

3.1 Uji Reliabilitas di rasa

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	32

3.2 Uji Reliabilitas di harapkan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	32

Lampiran 5. Kuesioner

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
BUKTI LANGSUNG (<i>Tangible</i>)											
					1	Apotek mudah dijangkau oleh konsumen					
					2	Tempat parkir apotek memadai					
					3	Apotek terlihat bersih dan rapi					
					4	Ruang tunggu apotek nyaman					
					5	Obat yang tersedia lengkap					
					6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi					
KEHANDALAN (<i>reliability</i>)											
					7	Petugas apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen					
					8	Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan					
					9	Petugas apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen					
					10	petugas apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia					
					11	Petugas apotek memberi informai tentang efek samping obat					

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
					12	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
					13	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya					
					14	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk menceritakan keluhannya					
DAYA TANGGAP (<i>responsiveness</i>)											
					15	Petugas apotek mengucapkan selamat datang di apotek Landungsari Farma					
					16	Petugas apotek mengucapkan terimakasih, semoga sehat selalu, saat konsumen selesai melakukan pembelian obat					
					17	Petugas langsung melayani konsumen yang datang					
					18	Petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat konsumen bertanya					
					19	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat					
					20	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen					

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
					21	petugas apotek merekomendasikan obat yang sesuai					
					22	Petugas memberikan solusi bila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada					
JAMINAN (<i>assurance</i>)											
					23	Obat yang dijual asli					
					24	Obat yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di apotek					
					25	Obat yang dijual tidak kadaluarsa					
					26	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta					
EMPATI (<i>Empathy</i>)											
					27	Petugas apotek melakukan 3S (Senyum, Sapa, Senyum)					
					28	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen					
					29	Petugas apotek mendengarkan kebutuhan konsumen					
					30	Petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen					
					31	Petugas apotek tidak membiarkan konsumen menunggu lama					

Yang Dirasakan					No.	Pernyataan	Harapan				
5	4	3	2	1			5	4	3	2	1
					32	Pelayanan petugas apotek sopan					

Lampiran 6. Data Demografi Responden

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
1.	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
2.	L	24 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
3.	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
4.	P	26 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	Lebih dari 5 kali
5.	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
6.	P	18 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
7.	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
8.	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
9	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
10	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
11	P	19 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
12	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
13	P	25 Tahun	S1	Wiraswasta	2-5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
14	L	28 Tahun	D3	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
15	L	26 Tahun	S1	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
16	L	26 Tahun	SMA	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
17	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
18	L	25 Tahun	S1	Wiraswasta	2-5 kali
19	P	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
20	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
21	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
22	L	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
23	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
24	P	18 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
25	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
26	P	19 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
27	L	26 Tahun	S1	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
28	P	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
29	L	32 Tahun	S1	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
30	P	18 Tahun	SMA	Lain-Lain	2-5 kali
31	P	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
32	P	18 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
33	L	25 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
34	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
35	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
36	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
37	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
38	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
39	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
40	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
41	L	19 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
42	L	38 Tahun	S2	PNS	Lebih dari 5 kali
43	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
44	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
45	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
46	L	25 Tahun	SMA	Lain-Lain	Pertama kali
47	P	24 Tahun	S1	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
48	P	27 Tahun	SMA	Lain-Lain	2-5 kali
49	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
50	L	45 Tahun	SMP	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
51	L	24 Tahun	S1	Lain-Lain	2-5 kali
52	P	33 Tahun	SMA	Wiraswasta	2-5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
53	L	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
54	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
55	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
56	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
57	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
58	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
59	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
60	P	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
61	L	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
62	L	24 Tahun	S1	Lain-Lain	2-5 kali
63	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
64	P	25 Tahun	S1	PNS	Lebih dari 5 kali
65	P	43 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	Lebih dari 5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
66	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
67	P	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
68	P	23 Tahun	S1	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
69	P	24 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
70	L	21 Tahun	D3	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
71	P	37 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Lebih dari 5 kali
72	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Pertama kali
73	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
74	P	26 Tahun	D3	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
75	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
76	P	26 Tahun	S1	Wiraswasta	2-5 kali
77	P	30 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
78	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
79	P	20 Tahun	D3	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
80	P	24 Tahun	S1	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
81	L	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
82	L	23 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
83	P	32 Tahun	SMA	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
84	P	37 Tahun	S1	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
85	L	39 Tahun	S1	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
86	P	24 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
87	L	25 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
88	P	50 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	Lebih dari 5 kali
89	P	36 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Pertama kali
90	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
91	L	18 Tahun	SMA	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali

No Rresponden	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan ke apotek
92	L	22 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
93	P	23 Tahun	SMA	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
94	L	28 Tahun	D3	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
95	P	19 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
96	P	20 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	2-5 kali
97	L	24 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali
98	L	45 Tahun	SMA	Wiraswasta	Lebih dari 5 kali
99	P	18 Tahun	SMA	Lain-Lain	Lebih dari 5 kali
100	P	21 Tahun	S1	Mahasiswa /Mahasiswi	Lebih dari 5 kali

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										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	%		
70	70%	26	26%	4	4%	0	0%	0	0%	100	4,66	1	Apotek mudah dijangkau oleh konsumen	73	73%	24	24%	3	3%	0	0%	0	0%	100	4,70
38	38%	44	44%	16	16%	2	2%	0	0%	100	4,18	2	Tempat parkir apotek memadai	59	59%	33	33%	8	8%	0	0%	0	0%	100	4,51
70	70%	27	27%	3	3%	0	0%	0	0%	100	4,67	3	Apotek terlihat bersih dan rapi	75	75%	21	21%	4	4%	0	0%	0	0%	100	4,75
49	49%	38	38%	11	11%	2	2%	0	0%	100	4,04	4	Ruang tunggu apotek nyaman	67	67%	28	28%	5	5%	0	0%	0	0%	100	4,62
56	56%	36	36%	8	8%	0	0%	0	0%	100	4,48	5	Obat yang tersedia lengkap	72	72%	23	23%	4	4%	1	1%	0	0%	100	4,70
68	68%	28	28%	4	4%	0	0%	0	0%	100	4,64	6	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	73	73%	24	24%	3	3%	0	0%	0	0%	100	4,70

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)																									
63	63%	32	32%	55	55%	0	0%	0	0%	100	4,58	7	Petugas apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen	70	70%	26	26%	44	44%	0	0%	0	0%	100	4,66
61	61%	32	32%	77	77%	0	0%	0	0%	100	4,54	8	Petugas apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan	71	71%	26	26%	33	33%	0	0%	0	0%	100	4,68
58	58%	37	37%	44	44%	11	11%	0	0%	100	4,52	9	Petugas apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen	70	70%	27	27%	33	33%	0	0%	0	0%	100	4,67

58	58%	33	33%	9	9%	0	0	0	0	100	4,49	10	petugas apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia	68	68%	26	26%	6	6%	0	0	0	0	100	5,08
44	44%	37	37%	14	14%	4	4%	1	1%	100	4,19	11	Petugas apotek memberi informasi tentang efek samping obat	67	67%	26	26%	7	7%	0	0	0	0	100	4,67
60	60%	31	31%	9	9%	0	0	0	0	100	4,51	12	Petugas apotek memberikan informasi obat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	70	70%	26	26%	3	3%	1	1%	0	0	100	4,65
52	52%	39	39%	9	9%	0	0	0	0	100	4,43	13	Petugas apotek menanggapi pertanyaan konsumen menyangkut obat-obatan yang didapatnya	65	65%	33	33%	2	2%	0	0	0	0	100	4,63
53	53%	40	40%	6	6%	1	1%	0	0	100	4,45	14	Petugas apotek memberikan kesempatan kepada pasien untuk menceritakan keluhannya	67	67%	31	31%	2	2%	0	0	0	0	100	4,68

3. Dimensi Responsiveness

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	%		
DAYA TANGGAP (<i>responsiveness</i>)																									
34	34%	24	24%	35	35%	55	55%	22	22%	100	3,83	15	Petugas apotek mengucapkan selamat datang di apotek Landungsari Farma	50	50%	42	42%	77	77%	11	11%	00	00%	100	4,41
44	44%	27	27%	23	23%	44	44%	22	22%	100	4,07	16	Petugas apotek mengucapkan terimakasih, semoga sehat selalu, saat konsumen selesai melakukan pembelian obat	59	59%	37	37%	44	44%	00	00%	00	00%	100	4,55
56	56%	27	27%	16	16%	11	11%	00	00%	100	4,38	17	Petugas langsung melayani konsumen yang datang	66	66%	30	30%	44	44%	00	00%	00	00%	100	4,67

57	57%	33	33%	10	10%	0	0	0	0	100	4,47	18	Petugas apotek menjawab cepat dan tanggap saat konsumen bertanya	67	67%	32	32%	1	1%	0	0	0	0	100	4,56
49	49%	41	41%	9	9%	1	1%	0	0	100	4,38	19	Setiap keluhan konsumen diatasi dengan cepat	65	65%	31	31%	4	4%	0	0	0	0	100	4,61
55	55%	36	36%	8	8%	1	1%	0	0	100	4,45	20	Petugas apotek mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen	65	65%	34	34%	1	1%	0	0	0	0	100	4,64
61	61%	30	30%	9	9%	0	0	0	0	100	4,52	21	petugas apotek merekomendasikan obat yang sesuai	68	68%	31	31%	1	1%	0	0	0	0	100	4,67
55	55%	35	35%	10	10%	0	0	0	0	100	4,45	22	Petugas memberikan solusi bila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada	62	62%	37	37%	1	1%	0	0	0	0	100	4,61

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)																									
78	78%	17	17%	5	5%	0	0	0	0	100	4,73	23	Obat yang dijual asli	74	74%	27	27%	2	2%	0	0	0	0	100	4,84
64	64%	28	28%	8	8%	0	0	0	0	100	4,56	24	Obat yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di apotek	70	70%	26	26%	4	4%	0	0	0	0	100	4,66
75	75%	20	20%	5	5%	0	0	0	0	100	4,70	25	Obat yang dijual tidak kadaluarsa	75	75%	22	22%	3	3%	0	0	0	0	100	4,72
77	77%	17	17%	6	6%	0	0	0	0	100	4,71	26	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	76	76%	21	21%	3	3%	0	0	0	0	100	4,73

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)																									
59	59%	36	36%	4	4%	0	0	1	1%	100	4,52	27	Petugas apotek melakukan 3S (Senyum, Sapa, Senyum)	71	71%	25	25%	3	3%	1	1%	0	0	100	4,66
73	73%	23	23%	4	4%	0	0	0	0	100	4,69	28	Petugas apotek melayani konsumen tanpa memandang status sosial konsumen	73	73%	24	24%	3	3%	0	0	0	0	100	4,70
66	66%	32	32%	2	2%	0	0	0	0	100	4,64	29	Petugas apotek mendengarkan kebutuhan konsumen	76	76%	23	23%	1	1%	0	0	0	0	100	4,70
61	61%	32	32%	7	7%	0	0	0	0	100	4,61	30	Petugas apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen	75	75%	23	23%	2	2%	0	0	0	0	100	4,73

71	71%	24	24%	5	5%	0	0%	0	0	100	4,66	31	Petugas apotek tidak membiarkan konsumen menunggu lama	75	75%	21	21%	4	4%	0	0	0	0	100	4,75
76	76%	19	19%	4	4%	1	1%	0	0	100	4,70	32	Pelayanan petugas apotek sopan	77	77%	21	21%	2	2%	0	0	0	0	100	4,75

Lampiran 8. Hasil perhitungan CSI

LAMPIRAN Perhitungan CSI

NO	KENYATAAN (MSS)	HARAPAN (MIS)
1	4,66	4,70
2	4,18	4,51
3	4,67	4,75
4	4,04	4,62
5	4,48	4,70
6	4,64	4,70
7	4,58	4,66
8	4,54	4,68
9	4,52	4,67
10	4,49	5,08
11	4,19	4,67
12	4,51	4,65
13	4,43	4,63
14	4,45	4,68
15	3,83	4,41
16	4,07	4,55
17	4,38	4,67
18	4,47	4,56
19	4,38	4,61
20	4,45	4,64
21	4,52	4,67
22	4,45	4,61
23	4,73	4,84
24	4,56	4,66
25	4,70	4,72
26	4,71	4,73
27	4,52	4,66
28	4,69	4,70
29	4,64	4,70
30	4,01	4,73
31	4,66	4,75
32	4,70	4,75

No	WF	WS
1	16,80	0,78
2	16,12	0,67
3	16,96	0,79
4	16,51	0,67
5	16,80	0,75
6	16,80	0,78
7	12,35	0,57
8	12,41	0,56
9	12,38	0,56
10	13,47	0,60
11	12,38	0,52
12	12,33	0,56
13	12,27	0,54
14	12,41	0,55
15	12,01	0,46
16	12,39	0,50
17	12,72	0,56
18	12,42	0,56
19	12,55	0,55
20	12,64	0,56
21	12,72	0,57
22	12,55	0,56
23	25,54	1,21
24	24,59	1,12
25	24,91	1,17
26	24,96	1,18
27	16,47	0,74
28	16,61	0,78
29	16,61	0,77
30	16,72	0,67
31	16,79	0,78
32	16,79	0,79

MIS (Mean Importance Score) = Rata - rata harapan
 MSS (Mean Satisfaction Score) = Ra Rata - rata kinerja (kenyataan)
 WF (Weight Factor) = MIS/ (ΣMIS)
 WS (Weight Score) = WF X MSS
 WT (Weight Total) = ΣWS
 CSI = WT/ Nilai maksimal skala likert(HS) X 100%

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

Lampiran 11. Foto Penelitian

