

**ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK NH FARMA
KECAMATAN ARUT SELATAN**

KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT

2021

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

NURYA INDAH LESTARI

171-210-010

**PROGRAM STUDI SI FARMASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
BORNEO CENDEKIA MEDIKA
PANGKALAN BUN**

2021

**ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK NH FARMA
KECAMATAN ARUT SELATAN**

KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT

2021

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

NURYA INDAH LESTARI

171-210-010

**PROGRAM STUDI SI FARMASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
BORNEO CENDEKIA MEDIKA
PANGKALAN BUN**

2021

PERSETUJUAN PENGUJI

**PANITIA SIDANG UJIAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN BORNEO CENDEKIA MEDIKA
PANGKALAN BUN**

Pangkalan Bun, 21 Januari 2022

Komisi Penguji,



Apt. Poppy Dwi Citra J. M. Farm

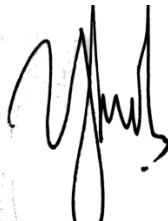
Penguji Anggota



Apt. Mawaqit Makani. M. Clin. Pharm

Penguji Anggota

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Yogie Irawan. S. Farm. M. Farm

Penguji Utama

PENGESAHAN SKRIPSI

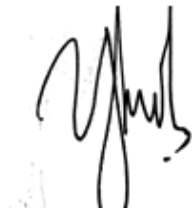
Judul Skripsi : Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat 2021

Nama Mahasiswa : Nurya Indah Lestari

Nim : 171.21.0010

Program Studi : S1 Farmasi

Menyetujui,
Komisi Pembimbing



Yogie Irawan, S.Farm. M.Farm

Penguji Utama



Apt. Poppy Dwi Citra J, M.Farm

Penguji Anggota

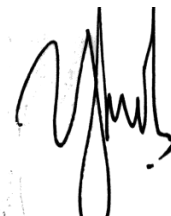
Mengetahui,

Ketua STIKes BCM

Ketua Program Studi



Dr.Ir. Luluk Sulistiyono, M.si



Yogie Irawan, S.Farm. M.Farm

Tanggal lulus : 21 Januari 2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurya Indah Lestari

Nim : 171210010

Tempat, Tanggal Lahir : Pangkalan Bun, 22 Desember 1999

Institusi : Prodi S1 Farmasi

Menyatakan bahwa Proposal yang berjudul : “Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nh Farma Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat” adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila tidak benar bersedia mendapatkan sanksi.

Pangkalan Bun, 21 januari 2022

Yang menyatakan



Nurya Indah Lestari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.” – Imam Syafi’i

Persembahan

Untuk keluargaku tercinta yang telah lama
menantikan kelulusanku,

Terimakasih atas segala doa serta
dukungan selama ini.

Sahabat dan kakak serta adik yang selalu
menemani dalam suka dan duka.

Keluarga serta sahabat yang selalu
memotivasi. Terimakasih.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kendal pada tanggal 22 Desember 1999 dari Ayah Feriyadi(Alm) dan Ibu Sumiarsih. Penulis merupakan anak tunggal.

Tahun 2017 penulis lulus dari SMA NEGERI 1 BOJA dan pada tahun yang sama lulus seleksi masuk STIKes “BORNEO CENDEKIA MEDIKA” Pangkalan Bun. Penulis memilih program studi S1 Farmasi dari empat pilihan program studi yang ada di STIKES “BCM” Pangkalan Bun.

Demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya.

Pangkalan Bun, 21 Januari 2022



Nurya Indah Lestari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga proposal ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2021 ialah “Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nh Farma” yang merupakan hasil penelitian di Apotek NH Farma Pangkalan Bun.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Apt. Poppy Dwi Citra Jaluri, M. Farm sebagai pembimbing pertama dan Apt Mawaqit Makani, M. Farm. Clin sebagai pembimbing kedua yang telah banyak memberikan arahan dan saran. Disamping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Direktur Apotek Nh Farma Pangkalan Bun beserta staf atas bantuan pembinaan dan pengumpulan data yang diberikan untuk melakukan penelitian. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, kakak, adik serta teman-teman terdekat atas bantuan do'a dan dorongan moral hingga skripsi ini terselesaikan semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Pangkalan Bun, 21 Januari 2022



Nurya Indah Lestari

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PROPOSAL	ii
PENGESAHAN PROPOSAL.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xii
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kepuasan	6
2.2. Kualitas	9
2.3. Pelayanan Obat	11
2.4. Pengobatan Sendiri (Swamedikasi)	14
2.5. Obat Tanpa Resep	15
2.6. Kelompok Obat Menurut Keamanan.....	16
KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS	
3.1 Kerangka Konsep	19
3.2 Hipotesis	20
METODE PENELITIAN	
4.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	21
4.2 Desain Penelitian	21
4.3 Kerangka Kerja Penelitian	22

4.4 Populasi, Sampel, dan Sampling	23
4.5 Identifikasi Variabel	24
4.6 Instrument Penelitian.....	29
4.7 Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
4.8 Analisa Data.....	30
4.9 Kuadran.....	33
4.10 Etika Penelitian	34
4.11 keterbatasan.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Uji Validitas dan Reabilitas	36
5.2. Karakteristik Responden.....	38
5.3. Analisis Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek NH Farma.....	42
a. Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Item.....	61
b. Hasil Antara Harapan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep di Apotek NH Farma	63
c. Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi Berdasarkan Diagram Kartesian	68
d. Nilai Kualitas Pelayanan Keseluruhan Dengan Metode Customer Satisfaction Index.....	71
e. Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Ada Di Apotek NH Farma	73
KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	75
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Aspek Pengukuran Cara Kerja Petugas Kefarmasian	26
Tabel 4.2.	Kriteria Nilai CSI.....	32
Tabel 5.1.	Hasil Uji Validitas Perbandingan r Hitung dan r Tabel Dari Kuesioner Apotek NH Farma 2021	37
Tabel 5.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Di Apotek NH Farma Pangkalan Bun	39
Tabel 5.3.	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Di Apotek NH Farma Pangkalan Bun Pada Bulan September 2021	40
Tabel 5.4.	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Apotek NH Farma Pangkalan Bun Pada Bulan September 2021	41
Tabel 5.5.	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan Di Apotek NH Farma Pangkalan Bun Pada Bulan September 2021	41
Tabel 5.6.	Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Kehandalan.....	43
Tabel 5.7.	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Kehandalan.....	44
Tabel 5.8.	Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Ketanggapan.....	47
Tabel 5.9.	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Ketanggapan.....	49
Tabel 5.10.	Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Jaminan	51
Tabel 5.11.	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Jaminan	53
Tabel 5.12.	Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Empati	55
Tabel 5.13.	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Empati	56
Tabel 5.14.	Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Bukti Fisik	58
Tabel 5.15.	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Bukti Fisik	59
Tabel 5.16.	Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Item.....	62
Tabel 5.17.	Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi	69
Tabel 5.18.	Tabel Nilai Korelasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	19
Gambar 4.1 Kerangka Kerja.....	22
Gambar 4.2 Diagram Kartesius	33
Gambar 5.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Gambar 5.2 Diagram Kartesius	70
Gambar 5.3 Persentase Kepuasan Konsumen Berdasarkan Customer Satisfaction Index.....	71

ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK NH FARMA PANGKALAN BUN

Nurya Indah Lestari¹, Poppy Dwi Citra Jaluri², Mawaqit Makani³

¹²³*STIKes Borneo Cendekia Medika, Pangkalan Bun*

ABSTRAK

Pendahuluan: Kepuasan adalah suatu perasaan senang ataupun kecewa yang muncul pada seseorang setelah membandingkan antara kesan atau persepsi terhadap kinerja seseorang atau hasil suatu produk, maupun sebuah harapan - harapan. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek NH Farma Pangkalan Bun.

Metode: Penelitian ini menggunakan desain penelitian bersifat deskriptif analitik, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel penelitian sebanyak 94 responden dari pasien yang datang ke Apotek NH Farma. Pengambilan data dilakukan melalui pengisian kuesioner yang telah di uji validasi.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan persentase rata – rata secara keseluruhan mendapat nilai sebesar 98,76%. Hasil penelitian tingkat kepuasan dengan metode *Servqual* didapatkan nilai *gap* secara keseluruhan sebesar -0,05. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Puskesmas Madurejo dan Puskesmas Mendawai dalam kategori sangat puas.

Kesimpulan: Pada penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelayanan kefarmasian yang ada di Apotek NH Farma masih belum bisa memenuhi harapan konsumen yang datang ke Apotek NH Farma.

Kata Kunci: Tingkat kepuasan, Service Quality, Customer Satisfaction Index, Deskriptif Analitik.

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON THE QUALITY OF DRUG SERVICES WITHOUT PRESCRIPTION AT NH FARMA PHARMACY PANGKALAN BUN

Nurya Indah Lestari¹, Poppy Dwi Citra Jaluri², Mawaqit Makani³

¹²³*STIKes Borneo Cendekia Medika, Pangkalan Bun*

ABSTRACT

Introductions: Satisfaction is a pleasure or disappointment that arises in someone after comparing the impression or perception of a person's performance or the results of a product and an expectation. The study aimed to determine the patients' satisfaction level with pharmaceutical services at the NH Farma Pharmacy Pangkalan Bun.

Method: This study used a descriptive-analytic research design, while the sampling technique used a purposive sampling technique. The samples were 94 respondents from patients who came to the NH Farma Pharmacy. The data is collected by filling out a questionnaire that has been tested for validity.

Results: The study results show that the average percentage of satisfaction level was 98.76%. The study results on the satisfaction level with the *Servqual* method obtained an overall gap value of -0.05. Then, it showed that the patients' satisfaction level with pharmaceutical services at the Madurejo and Mendawai Health Centers was in the very satisfied category.

Conclusion: The existing pharmaceutical services at the NH Farma Pharmacy still cannot meet the customers' expectations.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu maupun teknologi memberikan dorongan masyarakat guna memperhatikan tingkat kesehatan untuk menambah mutu hidup. Oleh karenanya adanya layanan kesehatan untuk masyarakat merupakan hal wajib memperoleh perhatian melalui pemerintah yang menjadi salah satu langkah pembangunan dalam bidang kesehatan (Wulandari, 2008). Pelayanan kesehatan yang memiliki kualitas baik diawali dengan standar etika manajemen yang baik juga, salah satunya pelayanan kefarmasian. Pelayanan kefarmasian yang memiliki tanggung jawab langsung pada konsumen, berhubungan dengan sediaan farmasi yang memiliki tujuan mewujudkan hasil pasti dalam menambah mutu hidup konsumen, contohnya adalah apotek (nikmatuzahro, 2018). Apotek ialah tempat dilaksanakannya usaha pada bidang farmasi, pekerjaan kefarmasian, maupun pendistribusian obat pada publik (Bahem , 2018).

Adanya keinginan pasien mendapatkan kepuasan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pasien lebih memilih melaksanakan pengobatan sendiri secara membeli obat tanpa resep ke apotek. Pengobatan sendiri dengan cara efektif dan aman dibutuhkan informasi terkait obat yang lengkap, obyektif, maupun tidak menyesatkan dan tidak komersial. Informasi yang lebih lengkap terhadap pasien akan merangsang minat menambah keinginan pasien dalam berkontribusi aktif pada pengobatan (Anief, 2009).

Kualitas pelayanan mengacu kepada langkah untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaian menyeimbangkan ekspektasi pelanggan. Terdapat 2 faktor penting yang memberi pengaruh pada mutu jasa yakni *expected service* beserta *perceived service* (Bahem , 2018). Jika jasa yang dirasakan ataupun diterima selaras dengan yang diekspektasikan, sehingga mutu jasa dianggap memuaskan. Kualitas jasa yang ideal dapat diartikan sebagai jasa yang diterima melampaui harapan

konsumen, sebaliknya juga, maka baik ataupun tidak mutu jasa bergantung potensi penyedia jasa pada upaya memuaskan harapan konsumen (Jasfar, 2005). Pengukuran mutu jasa pada model *SERVQUAL* disesuaikan kepada skala *multi-item* yang dibuat dalam mengetahui pandangan ataupun harapan konsumen, dan gap antar keduanya pada dimensi utama kualitas jasa. Dimensi kualitas jasa itu yakni daya tanggap, kehandalan, empati, jaminan, bukti fisik (Fandy Tjiptono, 2000).

Penelitian terdahulu yang dilaksanakan Nikmatuzahroh (2018) pada kualitas layanan pada apotek di wilayah Yogyakarta memiliki hasil pelanggan puas pada kualitas layanan dalam dimensi *Empathy* (98,87%), *Assurance* (98,42%), *Responsiveness* (98,35%), *tangible* (96,89%) dan *Reliability* (98,20%). Penelitian yang dilakukan Bahem (2017) pada kualitas pelayanan pada apotek Nur Farma memiliki hasil pelanggan puas pada kualitas pelayanan dalam dimensi *Empathy* (0,01), sementara dalam dimensi *Assurance* (-0,05), *Responsiveness* (-0,1), *tangible* (-0,23) dan *Reliability* (-0,13). Pada penelitian ini ada beberapa dimensi dimana pelanggan belum puas pada kualitas pelayanan dalam apotek nur farma sebab pelanggan memiliki pandangan kinerja apotek masih kurang daripada ekspektasi pelanggan. Penelitian yang dilakukan Mayefis (2015) terhadap kualitas pelayanan di apotek X Padang hasil analisis gap dimensi pelayanan secara keseluruhan adalah (-1,17) termasuk dalam kategori sedang. Dalam dimensi *Empathy* (-0,9), sedangkan pada dimensi *Assurance* (-1,09), *Responsiveness* (-1,04), *tangible* (-0,92) dan *Reliability* (-1,52). Pelayanan informasi obat yang telah tersedia masih belum sesuai dengan ekspektasi konsumen, namun pelayanan yang diberikan kepada konsumen telah cukup optimal.

Mengacu penjelasan tersebut harus dilaksanakan penelitian terkait seberapa jauh kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan obat tanpa resep dalam apotek NH Farma di Pangkalanbun. Diharap penelitian bisa memberi masukan dan manfaat untuk pihak apotek dalam menambah kualitas pelayanan untuk mendukung layanan kesehatan pada apotek ataupun bisa menjalankan fungsi dan perannya secara baik bagi kesejahteraan dan

kepentingan pelanggan.

1.2. Perumusan Masalah

1. Berapakah nilai kepuasan konsumen jika dilihat dari kualitas pelayanan obat tanpa resep yang diberikan oleh apotek NH Farma dan harapan konsumen yang datang ke apotek NH Farma?
2. Berapakah nilai *gap* pada pelayanan obat tanpa resep di apotek NH Farma pada dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik?
3. Bagaimana hubungan antara tingkat kualitas pelayanan konsumen terhadap harapan konsumen yang datang ke apotek NH Farma?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1.3.1 Tujuan umum

Memahami kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di apotek NH Farma.

1.3.2 Tujuan khusus

Penelitian bertujuan khusus yaitu :

1. Untuk memahami kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan obat tanpa resep di apotek NH Farma
2. Untuk mengetahui nilai kualitas pelayanan obat tanpa resep pada setiap dimensi yang dipergunakan dalam, mengetahui kualitas pelayanan obat tanpa resep oleh petugas apotek NH Farma yang meliputi:
 - a. *Emphaty*
 - b. *Assurance*
 - c. *Responsiveness*
 - d. *Tangibless*
 - e. *Reliability*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

1. Untuk ilmu pengetahuan

Diharap hasil penelitian bisa memberi kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan umumnya maupun bidang farmasi komunitas serta manajemen apotek khususnya yang menjadi titik tolak dan referensi jika dilaksanakan penelitian lanjutan, untuk pihak lainnya yang hendak memahami terkait analisis derajat kepuasan pada kualitas layanan farmasi dalam apotek.

2. Untuk Peneliti

Penelitian ini adalah proses belajar mengajar guna bisa mengimplementasikan ilmu yang sudah didapatkan selama ini yang diharap bisa meningkatkan pengalaman, pengetahuan, ataupun wawasan terkait analisa tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan obat tanpa resep dalam Apotek NH Farma. Maka hasil penelitian bisa menjelaskan ataupun memiliki wawasan teoritis pada kasus nyata dalam lapangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Untuk Apotek

Diharap penelitian bisa dipakai menjadi bahan masukan yang menjadi dasar pertimbangan pada upaya perbaikan apotek maupun diharap bisa memberi masukan dalam menambah kualitas layanan, maka derajat kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan dan diharap jumlah pelanggan bisa selalu mengalami peningkatan setiap bulannya.

2. Untuk Pemerintah

Diharap hasil penelitian bisa dipakai menjadi bahan masukan atau informasi untuk pemerintah pada kepedulian di layanan

kesehatan untuk masyarakat terkhusus pelayanan farmasi dalam apotek.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KEPUASAN

2.1.1. Pengertian kepuasan

Kepuasan merupakan suatu perasaan kecewa ataupun senang yang timbul pada seseorang sesudah melakukan perbandingan antara persepsi atau kesan pada kinerja seseorang ataupun hasil sebuah produk, maupun sebuah harapan. Jadi kepuasan itu sendiri adalah fungsi dari kesan atau persepsi terhadap kinerja seseorang dan hasil dari sebuah produk, maupun dari harapan. Bila kinerja itu sesuai harapan sehingga pasien akan puas. Sedangkan bila suatu kinerja tidak selaras harapan sehingga pasien akan merasakan tidak puas dan kecewa, menurut Kotler dan Keller (safirtriely.2018)

2.1.2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diartikan sebagai derajat kepuasan konsumen yang muncul diakibatkan dari kinerja pelayanan yang didapatkan, sehingga konsumen membandingkan dengan suatu hal yang diinginkan. Kepuasan konsumen merupakan penilaian sesudah mempergunakan sebuah pelayanan, bahwasanya pelayanan yang dipilih minimal dapat melebihi ataupun memenuhi ekspektasi konsumen menurut Endang (dalam : mamik 2010)

Tingkat kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen yang muncul melalui kinerja pelayanan kesehatan yang didapatkan sesudah melakukan perbandingan dengan suatu hal yang diterima. Derajat kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan 5 dimensi servqual yaitu:

- a. Keandalan
- b. Keresponsifan
- c. Keyakinan
- d. Empati
- e. Berwujud

2.1.3. Persepsi

Pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsikan sesuatu. Persepsi merupakan proses identifikasi suatu hal mempergunakan panca indera (Drever, 2010). Persepsi muncul berdasar pada pengalaman masa lampau, sesudah pelanggan merasakan suatu hal pada suatu hal yang diterima lalu sebuah kesimpulan pada pikiran dalam mengevaluasi suatu hal yang dialami. Hasil pengamatan dari seseorang berdasarkan pengalaman masa lampau pada produk tertentu, yang bisa menciptakan suatu persepsi pada sebuah produk, dan akan memunculkan pandangan pada tindakan pembelian oleh pelanggan.

Persepsi atau sudut pandang konsumen dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan kualitas pelayanan yang baik. Keputusan konsumen dalam memilih suatu jasa atau pelayanan diberikan pengaruh oleh persepsi pada jasa ataupun pelayanan yang ditawarkan penyedia jasa, oleh karenanya penyedia jasa harus betul-betul mempertahankan suatu hal yang dipersepsikan pelanggan pada sebuah jasa dan produk yang diberikan agar dapat mempertahankan kualitas.

2.1.4. Harapan

Yaitu sebuah dorongan kuat ataupun keinginan pemakai jasa, misalnya perasaan terkait suatu hal yang harusnya ditawarkan penyedia jasa melebihi dari apa yang sesungguhnya akan ditawarkan penyedia jasa (Parasuraman, 1990).

Harapan maupun persepsi konsumen sebuah jasa dan produk bisa dinilai, maka pihak penyedia jasa dan produk bisa melihat suatu hal yang dirasakan konsumen. Metode penelitian yang hendak dilaksanakan mempergunakan metode survei. Pengukuran dilaksanakan secara:

- a. Pengukuran dilaksanakan langsung lewat interview mempergunakan Kuisiner,
- b. Kuisiner memuat pertanyaan yang memakai skala ordinal terkait kinerja serta harapan yang berkaitan dengan atribut yang tersedia.

- c. Responden dimintai melihat sebesar apa ekspektasi mereka pada sebuah atribut serta sebesar apa yang dirasakan pada atribut itu.
- d. Responden diharapkan melakukan perbandingan alemet suatu penawaran dari pertanyaan yang tersedia berdasar tingkat kepentingan masing-masing elemen ataupun sebaik apa capaian perusahaan dalam setiap elemen.

2.1.5. Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Terdapat 5 faktor penting yang menentukan derajat kepuasan konsumen, yakni:

- a. Kualitas produk farmasi yakni potensi menyembuhkan penyakit. Hal tersebut berkaitan dengan ketersediaan hayati maupun farmasi, maka terwujud tujuan pengaruh terapi. Pandangan pasien pada produk farmasi diberikan pengaruh oleh 2 hal yakni kenyataan sebenarnya mutu produk farmasi serta komunikasi.
- b. Kualitas pelayanan pada pasien. Pasien akan puas jika mereka memperoleh layanan yang ramah, baik, selaras dengan suatu hal yang diinginkan.
- c. Adalah komponen emosional yakni pertimbangan ataupun pengaruh yang sifatnya emosional misal: dikarenakan angan-angan, sugesti, perasaan bangga, deskripsi indah, supaya kelihatan dari yang lainnya. Kepuasan itu menjadikan pelanggan puas pada produk farmasi.
- d. Harga. Walaupun produk farmasi yang dipilih mempunyai khasiat yang manjur sama dengan produk farmasi lainnya namun harga lebih terjangkau. Hal itu termasuk pula faktor krusial dalam menetapkan derajat kepuasan.

Faktor biaya guna mendapatkan produk farmasi. Pelanggan tidak harus mengeluarkan dana tambahan tidak perlu pula membuang waktu dalam mendapatkan obat itu (Wulandari, 2008).

2.2. KUALITAS

2.2.1. Kualitas Pelayanan

Merupakan sebuah keadaan yang berkaitan dengan pekerja, produk, tugas, proses, dan lingkungan yang melebihi ataupun memenuhi ekspektasi konsumen. Pelayanan bisa juga diartikan jasa. Sehingga kualitas pelayanan merupakan semua bentuk layanan yang dilaksanakan individu ataupun penyedia jasa dengan optimal dengan semua kelebihan pada upaya memenuhi harapan ataupun kebutuhan dari konsumen Davis dan Garvin(2004).

2.2.2. Dimensi Kualitas Jasa Service Quality (SERVQUAL)

Ada 5 dimensi SERVQUAL yaitu sebagai berikut :

1. Bukti Langsung (*tangibles*) mencakup perlengkapan, pegawai, fasilitas fisik, sarana komunikasi. Kualitas pelayanan kesehatan bisa dirasakan pula dengan langsung oleh pengguna secara memberikan fasilitas fisik maupun perlengkapan yang baik maka tenaga kefarmasian akan bekerja dengan maksimal ketika memberi layanan kefarmasian. Berdasar hal ini, perbaikan sarana misalnya sarana komunikasi maupun perlengkapan pelayanan pula yang tidak langsung misalnya tempat parkir, kondisi ruang tunggu, adanya kursi yang memadai, sarana penyejuk ruang, keterjaganya kebersihan ruangan.

Sebab pelayanan kesehatan adalah layanan jasa yang sifatnya tidak bisa diraba menggunakan fisik, sehingga memerlukan ukuran lainnya yang bisa dirasakan dengan nyata oleh konsumen pelayanan kesehatan. Berdasar ini konsumen mempergunakan indera dalam melihat kualitas mutu pelayanan kesehatan yang diterima. Misalnya fasilitas kesehatan terlihat bersih dan nyaman, adanya ruang tunggu yang nyaman, kebersihan alat- alat yang dipakai, penataan ruangan yang rapi, seragam pegawai yang bersih dan rapih serta menarik.

2. Keandalan (*reliability*), yaitu potensi penyedia jasa dalam memberi layanan yang diperjanjikan secara memuaskan dan segera. Dimensi ini memiliki arti bahwasanya layanan yang diberikan akurat, tepat waktu selaras yang ditawarkan. Misalnya kecepatan ketika melayani obat, konsumen mendapat informasi obat dengan jelas dan mudah

dimengerti. Pada jasa layanan dimensi ini dinilai yang yang terpenting oleh para konsumen. Jasa pelayanan kesehatan adalah jasa yang non standardize output, yang mana produk bergantung kepada kegiatan manusia maka tidak mudah diperoleh keluaran yang konsisten. Maka penyedia jasa harus mengimplementasikan budaya kerja dalam lingkungan kerja lewat program menjaga kualitas.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan petugas dalam membantu konsumen dan memberi layanan secara tanggap. Dimensi ini masuk pada potensi petugas kesehatan untuk membantu konsumen dan derajat kesiapan untuk memberi pelayanan berdasarkan tata cara yang ada dan tentulah agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Pelayanan konsumen yang cepat tanggap pada kebutuhan konsumen sebagian besar ditetapkan dari sikap pegawai yang berugas di garda terdepan pelayanan. Misal: ketanggapan petugas pada keluhan konsumen, dan petugas mampu memberi penyelesaian terhadap keluhan konsumen.
4. Jaminan (*Assurance*), meliputi kesopanan, potensi maupun sifat bisa dipercaya yang dipunyai staf, terbebas bahaya resiko ataupun keraguan. Dimensi ini memberi dampak pada konsumen pemakai jasa merasa bebas dari resiko. Hasil riset membuktikan jika dimensi ini mencakup faktor kemampuan, keamanan, kredibilitas, keramahan. Variabel ini perlu dilakukan pengembangan secara melaksanakan investasi yang tidak hanya memiliki bentuk uang namun pula keteladanan manajemen puncak. Sikap maupun kepribadian staf yang baik dan perbaikan remunerasi. Misal: keramahan petugas, pengetahuan dan keterampilan petugas dalam melayani konsumen.
5. Empati, mencakup kemudahan ketika melaksanakan komunikasi yang baik ataupun mengetahui kebutuhan konsumen. Dimensi ini berhubungan pula dengan rasa perhatian dan kepedulian khusus dari petugas pada konsumen, serta mengetahui kebutuhan konsumen. Berdasar hal ini peran tenaga medis sangatlah menentukan kualitas layanan kesehatan sebab mereka bisa langsung memenuhi kepuasan konsumen jasa layanan kesehatan (Wulandari, 2018).

2.3. PELAYANAN OBAT

Informasi obat ialah bagian dari sebuah aktivitas konsultasi yang mana pelanggan bisa mendapatkan informasi terkait proses pengobatan. Tenaga medis maupun pasien membutuhkan keterampilan dalam melakukan komunikasi maka hasil yang didapatkan bisa saling memuaskan (Anief, 2008).

2.3.1. Apotek

Merupakan sebuah tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian ataupun pendistribusian perbekalan farmasi pada masyarakat. Apotek memiliki fungsi penting untuk pelayanan obat terhadap dasar resep maupun layanan obat tanpa resep dan bagi praktek dokter (Anief, 2008). Apoteker merupakan tenaga yang memberikan nasehat pada pelanggan pengguna obat tanpa resep. Arti informasi obat untuk konsumen sangat penting. Informasi secara umum pada golongan obat bagi pengobatan sendiri bisa membantu konsumen dalam mengetahui dengan baik terkait aksi obat, mengantisipasi atau merawat resiko yang kian muncul (Anief, 1991).

Fungsi Apoteker selaku penanggung jawab teknik farmasi salah satunya memberi layanan informasi obat kepada konsumen atau pasien. Apoteker memiliki peranan penting di apotek yaitu sebagai pemberi informasi yang tepat terkait dengan obat pada konsumen, dan semua sesuatu yang ingin dipahami oleh pasien terkait dengan produk yang akan di beli atau digunakan. Sebaiknya para pegawai apotek dibiasakan supaya terus memberi informasi pada semua konsumen bagaimanakah cara penggunaan obat. Dengan memberi informasi pada konsumen, sehingga bisa terjalin interaksi baik maka bisa menghindari peluang adanya kekeliruan penyerahan obat (Hartono, 2008).

Menurut Yunita (dalam Wulandari, 2008) konseling bertujuan :

- a. Menjalinkan hubungan dengan pasien secara menciptakan *trust*.
- b. Menunjukkan asuhan dan perhatian pada pasien
- c. Membantu pasien mengatur ataupun adaptasi penyakit.
- d. Mengurangi dan mengantisipasi permasalahan yang berkaitan

dengan efek samping.

- e. Menambah kapasitas pasien dalam memecahkan permasalahan kesehatan.

Informasi yang sebaiknya petugas apotek sampaikan kepada konsumen atau pasien mencakup:

- a. Nama obat ataupun kegunaan.
- b. Cara mempergunakan, dipakai sebagai obat luar ataupun dalam dan aturan penggunaan, mencakup dosis dan waktu pemakaian obat
- c. Petunjuk khusus terkait cara penyediaan obat.
- d. Hal yang mungkin muncul ketika mempergunakan obat.
- e. Pantangan saat mempergunakan obat.
- f. Cara menyimpan obat yang tepat.
- g. Langkah yang harus segera dilaksanakan jika ada kesalahan dosis.
- h. Apakah yang harus dilaksanakan jika obat masih banyak namun sakitnya telah sembuh (Anonim, 2000).

Apoteker memiliki tugas tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memiliki tanggung jawab pada obat dengan resep. Apoteker haruslah bisa menerangkan terkait obat kepada pasien, karena :
 - 1). Apoteker menjelaskan bagaimanakah obat itu dikonsumsi.
 - 2). Apoteker menjelaskan efek samping obat yang mungkin muncul.
 - 3). Apoteker menjelaskan stabilitas obat di berbagai situasi.
 - 4). Apoteker menjelaskan efek toksisitas obat maupun dosis.
 - 5). Apoteker menjelaskan terkait rute atau cara penggunaan obat (Anief, 2000).
- b. Memiliki tanggung jawab dalam memberi informasi kepada pasien ketika mempergunakan obat terbatas ataupun bebas. Apoteker memiliki tanggung jawab penuh untuk menyelesaikan kasus *swamedikasi* / mengobati diri sendiri serta penggunaan obat tanpa resep. Apoteker yang menetapkan apakah *self diagnosis*, *self medication* dari pengidap bisa dibenarkan ataupun diberikan obat atau diminta untuk datang ke dokter terlebih dahulu. Pengobatan

sendiri jelaslah akan kian meningkat (Anief, 2000).

Standar Pelayanan Kefarmasian dalam Apotek selaras KepMenKes NO.1027 tahun 2004 terkait Standar Pelayanan Kefarmasian yakni :

1. Apotek lokasinya di tempat yang tidak sulit dikenali warga
2. Di halaman ada papan petunjuk yang menuliskan kata apotek
3. Apotek haruslah secara mudah diakses anggota masyarakat
4. Layanan produk kefarmasian diberikan ke lokasi yang terpisah dengan kegiatan pelayanan ataupun penjualan produk yang lain, hal tersebut bermanfaat dalam membuktikan kualitas, integritas produk dan menurunkan resiko kesalahan penyerahan
5. Masyarakat diberikan akses langsung serta mudah oleh apoteker dalam mendapatkan konseling dan informasi
6. Lingkungan apotek haruslah dijaga kebersihan, apotek haruslah terbebas dari serangga, hewan pengerat.
7. Apotek memiliki suplai listrik konstan, terkhusus bagi lemari pendingin
8. Apotek haruslah mempunyai :
 - a. Ruangan tunggu yang nyaman untuk pasien
 - b. Lokasi guna mendisplai informasi untuk konsumen, seperti penempatan materi informasi
 - c. Ruang tertutup bagi konseling untuk pasien yang disertai kursi ataupun meja dan lemari guna melakukan penyimpanan catatan medikasi pasien
 - d. Ruangan racikan
 - e. keranjang sampah yang ada bagi pasien ataupun staf.
9. Perabotan apotek haruslah ditata rapi, dilengkapi rak penyimpanan obat ataupun barang lainnya yang disusun rapi, terjaga dari cahaya, kelembapan, debu dan ditaruh di keadaan ruangan yang memiliki temperature sudah ditentukan (Yustina, 2007).

2.4. Pengobatan Sendiri (Swamedikasi)

Pengobatan sendiri merupakan mengobati semua keluhan diri sendiri menggunakan obat yang dibeli bebas pada apotik ataupun toko obat dan inisiatif sendiri tanpa resep dokter (Tjay dan Raharja,1993). Pengobatan sendiri yang tidak selaras dengan aturan bisa memberi akibat pemborosan biaya ataupun waktu sebab sembuh lebih lama (Supardi,dkk,1997). Pengobatan sendiri tujuannya yakni meningkatkan kesehatan, mengobati penyakit ringan, pengobatan rutin penyakit kronis sesudah dirawat dokter, sementara peran pengobatan sendiri yakni guna menangani dengan efektif dan cepat keluhan yang tidak membutuhkan konsultasi medis, menurunkan bebas layanan kesehatan pada keterbatasan sumber daya ataupun tenaga, dan menambah keterjangkauan layanan kesehatan bagi masyarakat yang jauh puskesmas (Nurulita dan Siswanto,2003).

Dalam kehidupan masyarakat melaksanakan pengobatan sendiri dengan efektif serta aman memerlukan informasi terkait obat yang lengkap, objektif, tidak menyesatkan maupun tidak komersial. Masyarakat tidak mengetahui obat yang dikonsumsi, selain bila dokter menerangkan kepada mereka. Apoteker hanyalah memberikan obat ke wadah yang bertuliskan nama pasien atau aturan penggunaan, informasi yang lebih lengkap kepada pasien akan merangsang minat menambah keinginan pasien dalam berkontribusi aktif pada cara pengobatan yang bisa dianggap mempercepat kesembuhan (Anief, 1991).

Selain itu pengobatan bisa juga dilaksanakan dengan pengobatan sendiri berdasar pengalaman sendiri ataupun individu lain mempergunakan obat yang bisa dibeli tanpa resep dokter / obat bebas (Anief,1997).

Terapi rasional mencakup :

- a. Obat yang benar
- b. Indikasi tepat, yakni alasan peresepan mengacu kepada pertimbangan medis.

- c. Obat yang tepat memiliki pertimbangan : aman, efektif, cocok guna pasien dan terjangkau.
- d. Rute, lama, dosis pemberian yang tepat.
- e. Pasien yang tepat, yakni tidak terdapat kontra indikasi ataupun efek samping yang kecil.
- f. Dispensing yang tepat, misalnya informasi yang tepat terkait obat yang diberikan.
- g. Pasien patuh terhadap pengobatan (wulandari,2018)

Sejumlah faktor yang memiliki peranan dalam tindakan pengobatan sendiri di masyarakat diantaranya ketersediaan informasi obat, persepsi sakit, sumber informasi cara penggunaan obat, ketersediaan obat di masyarakat. Ketersediaan informasi mengenai obat bisa menetapkan keputusan pemilihan obat.

2.5. Obat Tanpa Resep

Dengan pemakaian obat diharap supaya pasien bisa sembuh dari yang dialaminya. Harus diperhatikan supaya pemakaian tersebut sesuai anjuran, karena jika salah bisa memunculkan hal yang tidak dikehendaki.

Jenis obat yang seringkali dipergunakan bagi pengobatan sendiri yakni obat bebas terbatas dan obat bebas yang termasuk obat tanpa resep. Disamping itu bisa dipergunakan Obat Wajib Apotek yakni obat keras yang bisa diberikan tanpa resep dokter oleh Apoteker di Apotek. Obat tanpa resep merupakan obat bagi jenis penyakit yang pengobatan dinilai bisa dilakukan sendiri oleh masyarakat ataupun tidak terlalu membahayakan bila sesuai dengan aturan penggunaan.

Pemakaian obat tanpa resep harus memperhatikan :

- a. Apakah obat masih layak atautkah tidak.
- b. Jika terdapat tanggal kadaluwarsa, dilihat tanggalnya apakah telah kelewat atautkah belum.
- c. Keterangan dalam brosur yang diberikan oleh pabrik haruslah diamati secara baik, diantaranya memuat :

- 1) Indikasi merupakan petunjuk kegunaan obat untuk mengobati penyakit
- 2) Kontra indikasi merupakan petunjuk penggunaan obat yang dilarang, sebab tidak sesuai dengan tubuh
- 3) Efek samping merupakan efek yang muncul, bukan efek yang dikehendaki. Efek samping bisa memberi kerugian ataupun bahaya.
- 4) Dosis obat merupakan besaran obat yang boleh dipergunakan bagi anak ataupun seseorang dewasa berdasar usia, berat badan anak.
- 5) Cara menyimpan obat.
- 6) Tanggal kadaluwarsa.
- 7) Interaksi obat dengan obat lainnya, atau dengan makanan yang dikonsumsi.

Dengan pemakaian obat diharap supaya pasien bisa mendapatkan kesembuhan dari yang dialaminya. Harus diperhatikan supaya penggunaannya tersebut selaras dengan ketentuan, karena jika salah bisa memunculkan hal yang tidak dikehendaki. Dinyatakan bahwasanya obat memberikan kesembuhan dari penyakit jika dipakai bagi penyakit cocok ataupun dosis tepat dan cara penggunaannya tepat (Bahem, 2018).

2.6. Kelompok Obat Menurut Keamanannya

Berdasar tingkat keamanan obat dibedakan menjadi empat kelompok yakni :

a. Kelompok Obat Bebas

Obat kelompok ini bisa dijualbelikan secara bebas tanpa resep dokter maupun bisa dibeli di toko obat, apotik ataupun warung kecil. Tanda khusus bagi obat bebas yakni lingkaran memiliki warna hijau dan garis tepi warnanya hitam - (Bahem, 2018)

Obat bebas merupakan golongan obat yang pada pemakaiannya tidak memberi bahaya pada masyarakat dan bisa dipakai sendiri tanpa pengawasan dokter (Widjajanti, 2009).

b. Kelompok Obat Bebas Terbatas

Obat kelompok ini bisa diperjualbelikan dengan bebas memiliki suarat hanyalah pada jumlah yang sudah ditentukan dan terdapat lingkaran yang warnanya biru dengan tepinya memiliki warna hitam. Selain itu ada tanda peringatan melalui P.No.1- P.No.6 berdasarkan S.K Menkes Nomor 6355/Dirjen/SK/69 tanggal 5 Nopember 1975.

Obat bebas terbatas merupakan obat pada pada pemakaiannya cukup aman namun jika terlalu banyak bisa memberi efek samping yang buruk. Pemakaian obat tersebut tidak harus di bawah pengawasan dokter. Pada peredaran obat bebas terbatas memiliki tanda lingkaran biru yang garis tepinya memiliki warna hitam (Widjajanti, 1999).

c. Kelompok Obat Keras / Obat Daftar G

Obat kelompok ini sangatlah berbahaya dan guna memperolehnya dibutuhkan resep dokter yang hanyalah bisa didapatkan di apotik. Tanda obat keras yakni huruf K yang memiliki latar belakang warna merah dalam lingkaran warna hitam (Anief,1991).

d. Kelompok Narkotik/ Obat Golongan O (O = Opium)

Peredaran obat narkotik ini sangatlah ketat serta diawasi badan pengawas obat, hanyalah bisa didapatkan di apotek sesuai resep dokter. Tanda obat ini palang warnanya merah yang memiliki latar belakang putih dalam lingkaran warna merah (Anief,1991).

Disamping itu terdapat pula golongan Obat Wajib Apotik, yakni obat keras yang bisa didapatkan di apotek tanpa resep yang wajib diberikan oleh Apoteker pengelola apotik (Anief, 2000).

Sesuai pemaparan Anief, (2000) pada Peraturan Menteri

Kesehatan No: 919 / MenKes / Per / X / 1993 terkait kriteria obat yang bisa diberikan tanpa resep yakni :

- a. Tidak kontra indikasi bagi pemakaian di wanita hamil, anak usia di bawah 2 tahun, lansia melebihi enam puluh lima tahun.
- b. Dalam pengobatan sendiri, tidak memberikan resiko terhadap kelanjutan penyakit.
- c. Tidak membutuhkan alat ataupun cara khusus yang harus dilaksanakan tenaga medis.
- d. Dibutuhkan bagi penyakit yang memiliki prevalensi tinggi di Indonesia.
- e. Mempunyai rasio khasiat keamanan yang bisa dijamin bagi pengobatan sendiri.

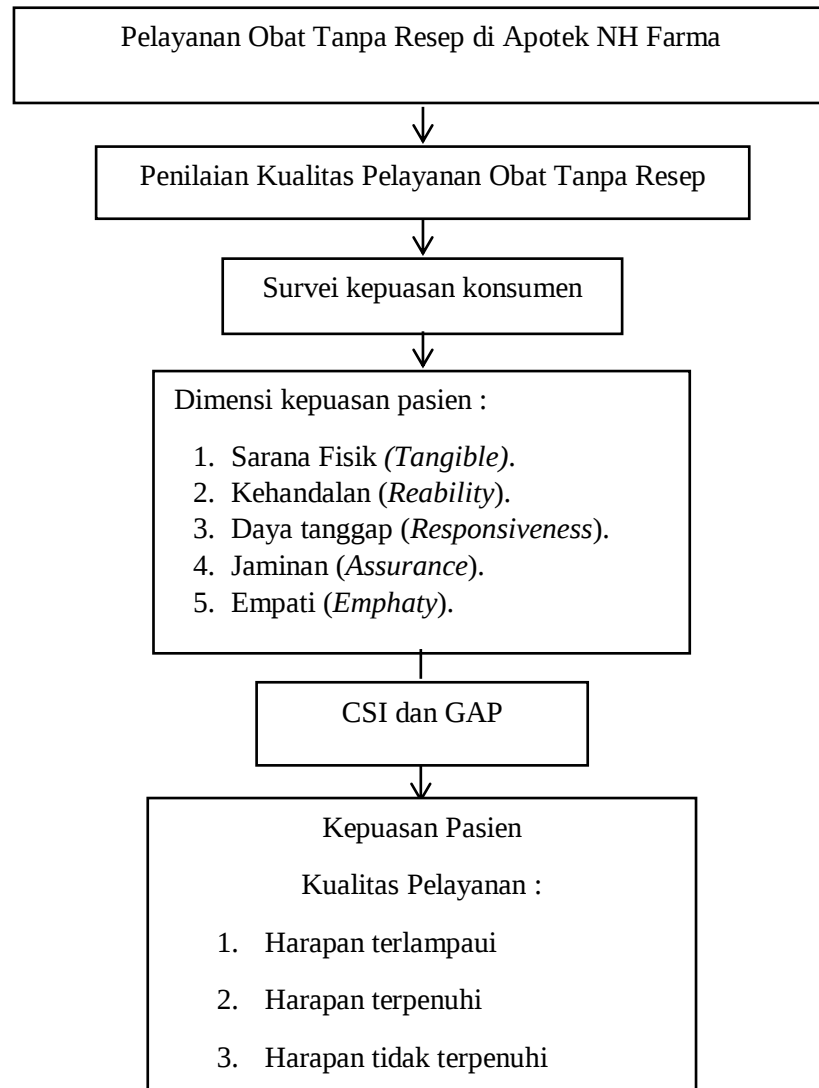
Seluruh Obat Bebas Terbatas maupun Obat Bebas pada penjualannya wajib di dalam bungkus dan disertai brosur yang menjelaskan:

- a. Cara penggunaan obat.
- b. Indikasi, dosis, kontraindikasi.
- c. Efek samping maupun kemungkinan terdapatnya alergi pada obat dan gejala (Anief, 2000).

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konsep



Gambar 3.1 Kerangka konsep

3.2. Hipotesis

Dr. S. Nasution menyebutkan bahwasanya hipotesis merupakan asumsi terkait suatu hal yang tengah diteliti yang tujuannya melihat kebenaran .

H_1 :Terdapat hubungan kepuasan pasien pada pelayanan kefarmasian diapotek NH Farma Pangkalan Bun.

H_0 :Tidak terdapat hubungan kepuasan pasien pada pelayanan kefarmasian diapotek NH Farma Pangkalan Bun.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1. Waktu Dan Lokasi Penelitian

4.1.1. Waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan September 2021.

4.1.2. Lokasi penelitian di Apotek NH farma Pangkalan Bun.

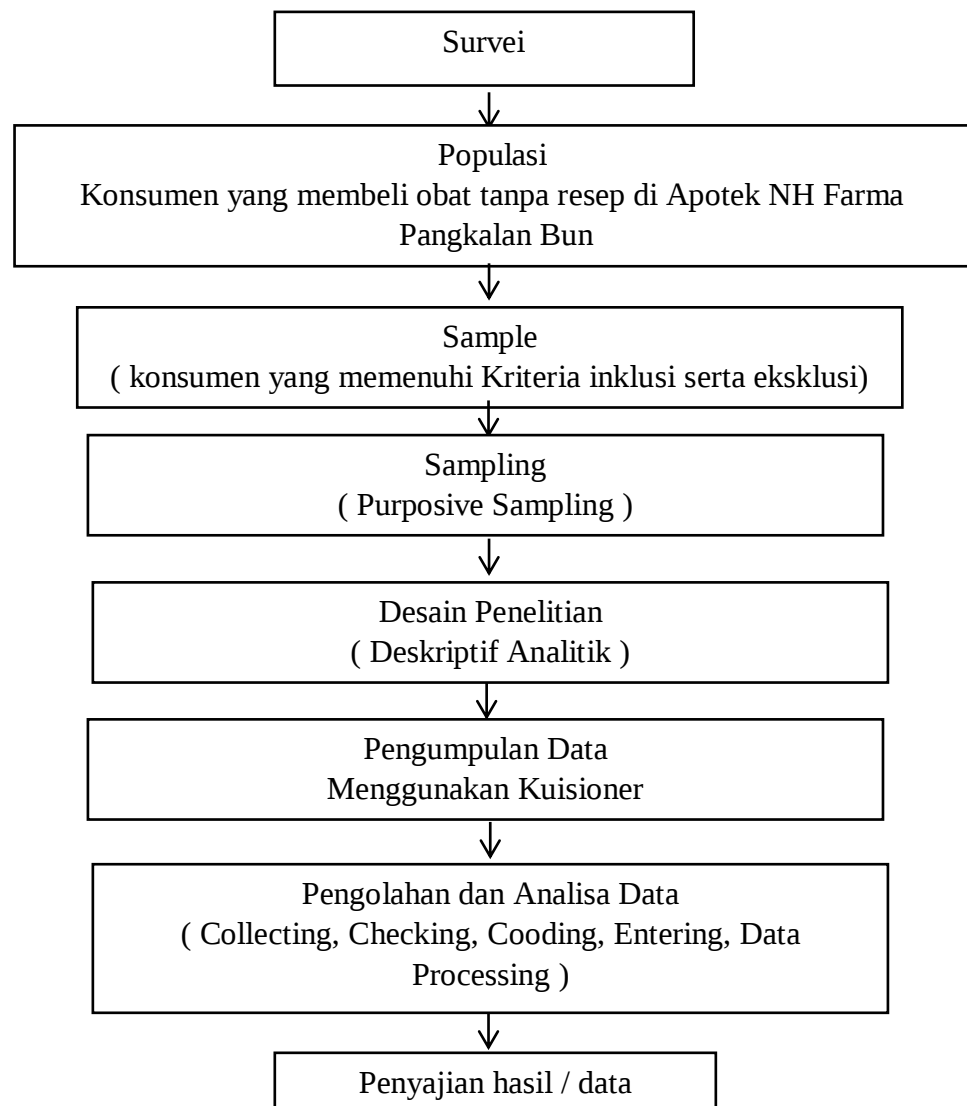
4.2. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik yang sifatnya observasional. Bersifat observasional berarti pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung ditempat yang diselidiki (Arikunto,2006). Penelitian deskriptif analitik ini mengambil permasalahan ataupun memfokuskan perhatian pada permasalahan seperti adanya ketika penelitian dilakukan. Hasil penelitian kemudian dilakukan pengolahan ataupun penganalisisan guna diambil kesimpulan. Penelitian deskriptif analitik juga dapat didefinisikan sebagai suatu metode yang fungsinya guna menggambarkan objek yang diteliti lewat data ataupun sampel yang sudah dikumpulkan seperti adanya dan tidak melaksanakan analisa ataupun menarik kesimpulan yang diberlakukan untuk umum. Pada penelitian ini mempergunakan kualitas pelayanan farmasi dalam pelayanan obat tanpa resep oleh karyawan apotek dengan mengisi kuesioner oleh pelanggan yang dilayani dalam apotek NH Farma (Notoatmodjo, 2018).

Penelitian mempergunakan teknik purposive sampling, yakni responden yang diperoleh berdasar suatu kriteria. Pada saat itu responden diminta kesediaannya untuk menjadi responden pada penelitian. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sample data menggunakan suatu pertimbangan (sugiyono,2016).

4.3. Kerangka kerja (Frame Work)

Adalah suatu tahap pada sebuah penelitian. Dalam kerangka kerja mencakup alur penelitian, variable yang dipergunakan pada penelitian (Nursalam, 2017).



Gambar 4.1 kerangka Kerja (Frame work)

4.4. Populasi, Sample, dan Sampling

1. Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian yaitu semua pasien yang mendapatkan pelayanan kefarmasian berdasarkan obat tanpa resep di apotek NH Farma Pangkalan Bun.

2. Sample

Sampel pada penelitian yaitu pasien yang mendapat layanan kefarmasian berdasarkan obat tanpa resep di apotek NH Farma dengan kriteria inklusi antara lain : Konsumen yang berusia 17 – 65 tahun, konsumen yang dapat berkomunikasi dengan baik, Bersedia menjadi responden, Konsumen yang mengerti baca tulis, Konsumen yang datang dengan keluhan yang dirasakan, Konsumen yang membeli obat tanpa resep (Obat Bebas Terbatas, Obat Wajib Apotek, Obat Bebas Terbatas).

Pada penelitian jumlah sampel dihitung mempergunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = N / (1 + N (e)^2)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi eror (catatan : dipilih sesuai pertimbangan peneliti, tingkat kesalahan yang dipilih 10% atau 0,1)

Perhitungan sampel menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = N / (1 + N (e)^2)$$

$$n = 1.500 / (1 + 1.500 (0,1)^2)$$

$$n = 1.500 / (1 + 1.500 (0,01))$$

$$n = 1.500 / (1 + 15)$$

$$n = 1.500 / 16$$

$$n = 93,75$$

Dari perhitungan rumus diatas didapatkan hasil 93,75 responden. Karena hasil perhitungan menggunakan koma maka dilakukan pembulatan hasil menjadi 94 responden.

Kriteria Inklusi

Merupakan ciri ataupun kriteria yang harus dipenuhi semua anggota populasi yang bisa dipilih menjadi sampel (Notoatmodjo, 2010).

Kriteria inklusi sampel subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pasien yang berusia 17 – 65 tahun
- b. konsumen yang bisa melakukan komunikasi secara baik
- c. Siap dijadikan responden
- d. Konsumen yang mengerti baca tulis
- e. Konsumen yang datang dengan keluhan yang dirasakan
- f. Konsumen yang membeli obat tanpa resep (Obat Bebas Terbatas, Obat Wajib Apotek, Obat Bebas).

Kriteria Eksklusi

Merupakan ciri ataupun kriteria anggota yang tidak dipilih menjadi sampel (Notoatmodjo, 2010).

Kriteria eksklusi sampel dubjek penelitian dalam penelitian ini yakni:

- a. Konsumen yang membeli obat dengan resep
- b. Konsumen yang membeli obat titipan keluarga

3. Sampling

Penelitian mempergunakan teknik *purposive sampling*, merupakan salah satu teknik non random sampling yang mana penulis menetapkan pengambilan sampel dengan menentukan ciri khusus selaras tujuan penelitian maka diharap bisa menjawab masalah penelitian.

4.5. Identifikasi Variable Dan Definisi Operasional

Variabel merupakan semua hal yang memiliki bentuk apa saja yang ditentukan peneliti guna dipahami maka didapatkan informasi terlkait hal itu. Selanjutnya diambil kesimpulan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016).

1. Variable Independent (Variable bebas)

Merupakan variabel yang memberikan pengaruh ataupun menjadi sebab munculnya variabel terikat (Sugiyono,2016). Pada penelitian ini yang dijadikan variabel bebas yaitu kepuasan konsumen.

2. Variable Dependent (Variable Terikat)

Variabel yang menjadi akibat dikarenakan terdapatnya variabel independen (Sugiyono,2016). Dalam penelitian ini variabel dependen yakni pelayanan.

3. Definisi Operasional

2. Adalah petunjuk terkait bagaimanakah sebuah variabel diukur. Dengan memahami definisi operasional pada sebuah penelitian, peneliti akan memahami pengukuran variabel tertentu, maka peneliti bisa melihat negatif atau positifnya pengukuran itu. Definisi operasional pada penelitian yaitu kualitas pelayanan meliputi :

1. Keandalan (*Reability*) adalah kemampuan petugas kefarmasian guna memberi kompetensi berdasarkan yang diperjanjikan dengan terpercaya dan akurat.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan ketanggapan dalam membantu ataupun memberi layanan yang tepat dan cepat kepada konsumen atau pasien.
3. Empati (*Emphaty*) adalah memberi perhatian tulus yang sifatnya pribadi pada pasien.
4. Jaminan (*Assurance*) merupakan kesopan santunan, wawasan, maupun keterampilan Petugas Farmasi dalam memunculkan rasa percaya pasien.
5. Sarana fisik (*Tangible*) merupakan potensi pegawai farmasi untuk memperlihatkan eksistensi pada konsumen.

Tabel 4.1 Aspek Pengukuran Cara Kerja Petugas Kefarmasian (petugas apotek)

Variable independent	Alat ukur	Cara pengukurannya	Hasil pengukurannya	Skala
Sarana fisik	Kuesioner	Menghitung	Harapan :	Ordinal
	5 pertanyaan	Skor menggunakan kuesioner	1 = tidak sesuai 2 = kurang sesuai 3 = cukup sesuai 4 = sesuai 5= sangat sesuai Kepuasan : 1 = sangat tidak puas 2 = tidak puas 3 = cukup puas 4 = puas 5= sangat puas GAP : $Gap = Kepuasan - Harapan$	
Kehandalan	Kuesioner	Menghitung	Harapan :	Ordinal
	5 pertanyaan	Skor menggunakan kuesioner	1 = tidak sesuai 2 = kurang sesuai 3 = cukup sesuai 4 = sesuai 5= sangat sesuai Kepuasan : 1 = sangat tidak puas 2 = tidak puas 3 = cukup puas	

Tabel 4.1 Aspek Pengukuran Cara Kerja Petugas Kefarmasian (petugas apotek) (lanjutan).

Variable independent	Alat ukur	Cara pengukurannya	Hasil pengukurannya	Skala
			4 = puas 5= sangat puas GAP : $Gap = Kepuasan - Harapan$	
Daya Tanggap	Kuesioner 3 pertanyaan	Menghitung Skor menggunakan kuesioner	Harapan : 1 = tidak sesuai 2 = kurang sesuai 3 = cukup sesuai 4 = sesuai 5= sangat sesuai Kepuasan : 1 = sangat tidak puas 2 = tidak puas 3 = cukup puas 4 = puas 5= sangat puas GAP : $Gap = Kepuasan - Harapan$	Ordinal
Jaminan	Kuesioner 3 pertanyaan	Menghitung Skor menggunakan kuesioner	Harapan : 1 = tidak sesuai 2 = kurang sesuai 3 = cukup sesuai 4 = sesuai 5= sangat sesuai Kepuasan :	Ordinal

Tabel 4.1 Aspek Pengukuran Cara Kerja Petugas Kefarmasian (petugas apotek) (lanjutan).

Variable independent	Alat ukur	Cara pengukurannya	Hasil pengukurannya	Skala
			1 = sangat tidak Puas 2 = tidak puas 3 = cukup puas 4 = puas 5= sangat puas GAP : $Gap = Kepuasan - Harapan$	
Empaty	Kuesioner 3 pertanyaan	Menghitung Skor menggunakan kuesioner	Harapan : 1 = tidak sesuai 2 = kurang sesuai 3 = cukup sesuai 4 = sesuai 5= sangat sesuai Kepuasan : 1 = sangat tidak puas 2 = tidak puas 3 = cukup puas 4 = puas 5= sangat puas GAP : $Gap = Kepuasan - Harapan$	Ordinal

4.6. Instrument Penelitian

Instrumen yang dipergunakan pada penelitian ini dalam variabel tergantung maupun bebas yakni dengan memberikan kuesioner merupakan susunan pertanyaan tertulis yang telah dipersiapkan dan jawaban secara tertutup yang dipakai guna mendapatkan informasi atau data dari responden dalam artian laporan terkait pribadinya, ataupun hal yang dipahami serta diketahui dapat mempergunakan bahasa yang sesuai supaya lebih mudah dipahami (Arikurto, 2017). Kuesioner yang digunakan mencakup lima dimensi kepuasan yakni: keandalan, sarana fisik, jaminan, empati, daya tanggap. Instrumen terdiri dari 19 pertanyaan yang mana setiap pernyataan memiliki skor dengan pilihan jawaban mempergunakan skala likert. Skala Likert dipakai guna interpretasi jawaban dari kuesioner.

- * Sangat Tidak Puas = skor 1 (satu)
- * Tidak Puas = skor 2 (dua),
- * Cukup Puas = skor 3 (tiga),
- * Puas = skor 4 (empat),
- * Sangat Puas = skor 5 (lima).

Peneliti menggunakan 5 alternatif jawaban karena untuk menghilangkan jawaban yang ragu – ragu oleh responden sehingga tingkat kepuasan responden dapat diukur menjadi lebih tegas.

4.7. Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Metode yang dipakai pada pengumpulan data mempergunakan metode kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis pada pasien guna dijawab. Penulis membuat lalu memberikan susunan pertanyaan guna mendapatkan data primer terkait masalah yang diteliti lalu konsumen dimintai mengisinya, nanti data melalui pasien itu akan dianalisa guna memperoleh hasil apakah cara kerja Petugas Farmasi telah selaras berdasarkan kelengkapan kualitas.

1. Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dengan cara komputerisasi yakni:

1. *Collecting*

Melakukan pengumpulan data yang asalnya melalui kuesioner

2. *Cheking*

Mengecek kelengkapan jawaban kuesioner maupun lembar observasi yang tujuannnya supaya data diolah dengan tepat maka pengolahan data memberi hasil sah.

3. *Cooding*

Dalam tahap ini peneliti memberi kode kepada variabel diubah ke dalam nomor 1,2,3,...,5.

4. *Entering*

Data entry, yaitu jawaban dari setiap responden yang masih pada bentuk “kode” (huruf ataupun angka) diinput ke program komputer yang dipakai peneliti yakni SPSS Dan microsoft excel.

5. *Data Processing*

Seluruh data yang sudah dimasukkan ke aplikasi komputer akan diolah berdasarkan kebutuhan penelitian.

4.8. Analisa Data

Analisa data penelitian dilakukan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) / Indeks Kepuasan Konsumen. CSI dipakai guna melihat tingkat kepuasan pelanggan dengan keseluruhan secara mengamati derajat kepentingan dari atribut jasa ataupun produk. Menurut Kurniawati (2012) *Customer Satisfaction Index* yakni sebuah skala pengukuran yang menunjukkan derajat pengukuran pelanggan pada sebuah produk. CSI dapat memberi data yang jelas terkait derajat kepuasan konsumen maka di suatu periode bisa melaksanakan pengevaluasian dengan berkala guna melakukan perbaikan apa yang kurang serta menambah layanan yang dianggap konsumen menjadi suatu nilai lebih.

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menetapkan *Mean Importance Score* beserta *Mean Satisfaction Score*
 Nilai ini asalnya melalui rerata kepentingan setiap atribut maupun rerata kepuasan setiap atribut.

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

n = Jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut ke- i

X_i = Nilai kinerja ke- i

2. Menghitung *Weight Factors*, bobot ini adalah persentase nilai *Mean Importance Score* per atribut pada *Mean Importance Score* semua atribut.

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

MIS_i = *Mean Importance Score*

P = Jumlah Atribut

i = Atribut ke- i

3. Menghitung *Weight Score*, adalah perkalian antar *Weight Factors* (WF) dan rerata tingkat kepuasan (MSS).

$$WSI = WFi \times MSS_i$$

Keterangan :

I = atribut ke i

4. Menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{5} \times 100\%$$

HS = *Highest Scale* (Skala Likert tertinggi yang digunakan 5)

Nilai yang didapatkan melalui perhitingan CSI dipakai dalam melihat derajat kepuasan pengunjung. Derajat kepuasan responden dengan keseluruhan bisa diamati berdasarkan kriteria kepuasan yang termuat dalam tabel 2.1 (Kurniawati,2012).

Table 4.2. Kriteria Nilai CSI

Keterangan	Nilai CSI %
Tidak Puas	0% - 34%
Kurang Puas	35 % - 50 %
Cukup Puas	51 % - 65 %
Puas	66 % - 80 %
Sangat Puas	81 % - 100 %

5. Menghitung rata- rata setiap atribut

Menghitung rata-ratabagi masing-masing atribut yang dipersepsi oleh responden menggunakan rumus:

$$\overline{X_i} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \overline{Y_i} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\overline{X_i}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja produk

$\overline{Y_i}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n = Jumlah responden

2. Harapan

Merupakan keinginan pelanggan guna dapat mendapatkan layanan ataupun tersedianya sarana dalam apotek NH Farma.

3. Gap Servqual

Nilai *gap service quality* per atribut yaitu kesenjangan nilai dari persepsi dengan ekspektasi konsumen. Hal tersebut dapat digunakan dalam mengetahui seberapa jauh pihak apotek sudah memberi layanan selaras harapan konsumen.

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Kenyataan} - \text{Skor Harapan}$$

4. Korelasi

Korelasi sederhana dipergunakan dalam melihat hubungan antar 2 variabel, serta bila terdapat korelasi, bagaimanakah arah hubungan itu. Eratnya hubungan antar variabel dinamakan Koefisien Korelasi yang ditandai dengan “r”

1. Arah dan Kekuatan Korelasi

Jika tanda korelasi (+) maka arah korelasinya positif

Jika tanda korelasi (-) maka arah korelasinya negatif

Jika koefisien korelasinya $> 0,5$ maka korelasinya kuat

Jika koefisien korelasinya $< 0,5$ maka korelasinya lemah

2. Kriteria Uji:

a) Menggunakan SPSS

Berdasarkan nilai Signifikansi, yaitu :

H_0 diterima jika Sig. $> 0,05$

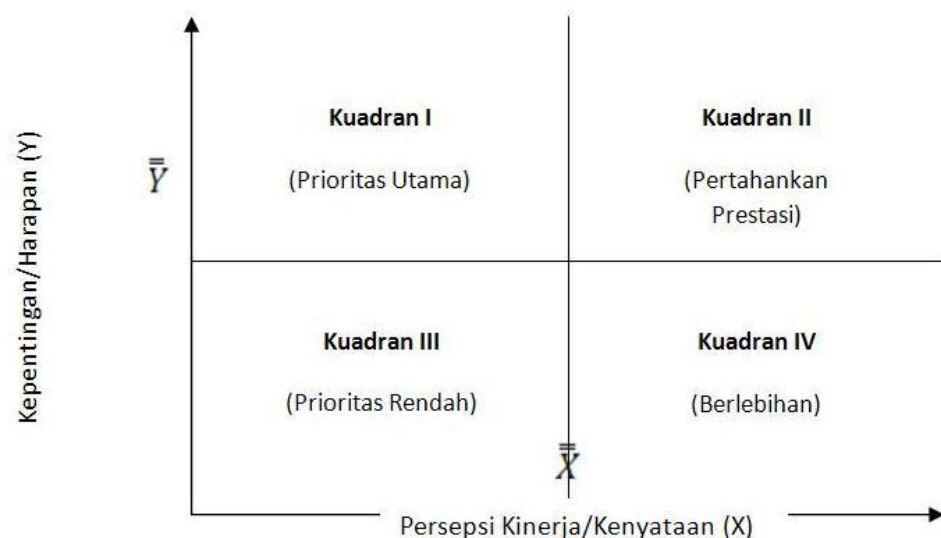
H_0 ditolak jika Sig. $< 0,05$

b) Menggunakan Excel

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

4.9. Kuadran



Gambar 4.2 Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar 4.2, pada kuadran I berarti jika dimensi pelayanan yang dinilai penting oleh responden namun perusahaan memberi layanan dengan mutu yang negatif, maka dimensi layanan ini dijadikan prioritas terpenting guna dilakukan perbaikan. Berikutnya pada kuadran II yang berarti jika dimensi pelayanan dinilai penting oleh responden serta perusahaan sudah memberi kualitas layanan secara baik, maka dimensi pelayanan ini haruslah dipertahankan berikutnya pada kuadran III berarti dimensi layanan dinilai kurang penting oleh responden serta perusahaan telah memberi layanan dengan mutu yang kurang, maka dimensi layanan ini sebagai prioritas rendah. Pada kuadran IV berarti dimensi layanan yang dinilai tidak penting oleh responden, namun perusahaan memberi layanan memiliki mutu yang baik, maka dimensi pelayanan ini menjadi berlebihan (Baheem, 2017).

4.10. Etika Penelitian

Ketika melaksanakan penelitian, penulis memberikan permohonan ini pada Apotek NH Farma. Selanjutnya kuesioner dikirimkan kepada subjek yang diteliti dan menitikberatkan kepada permasalahan etika yang mencakup:

4.10.1 Lembar persetujuan penelitian diberikan pada responden

Lembar persetujuan penelitian yang diberikan pada responden tujuannya supaya subjek dapat melihat tujuan atau maksud dari penelitian dan pengaruh yang diteliti ketika mengumpulkan data. Bila subjek siap diteliti sehingga subjek diminta untuk bertanda tangan di lembar persetujuan. Bila subjek tidak bersedia guna diteliti sehingga peneliti tidak akan memaksakan dan tetaplah menghargai haknya.

4.10.2 Anonymity

Guna menjaga kerahasiaan identitas dari subjek, penulis tidak menuliskan nama subjek di lembar pengumpulan data yang diisi subjek. Lembar itu hanyalah diberikan nomor kode yang sudah

ditentukan.

4.10.3 Confidentiality

Informasi yang diberikan subjek kerahasiaannya dijamin peneliti.

4.11. Keterbatasan

Sebuah data penelitian akan dinyatakan mempunyai mutu baik bila data itu handal dan akurat. Guna melihat apakah data itu handal ataukah akurat harus dilaksanakan pengujian statistik, yakni pengujian realibilitas dan validitas. Pengujian validitas kuesioner dibutuhkan dalam memastikan bahwasanya pertanyaan yang disusun bisa menunjukkan dimensi yang hendak diukur. Sementara pengujian realibilitas dilaksanakan guna melihat konsistensi alat ukur itu (Alghifari, 2015). Tetapi pada penelitian ini tidak dilaksanakan pengujian realibilitas maupun validitas, sebab kuesioner yang dipakai sebelumnya telah pernah dilaksanakan pengujian realibilitas dan validitas oleh Prawiti 2011 maka kuesioner yang dipergunakan dalam penelitian ini telah realibel dan valid.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji ini dilaksanakan sebelum penelitian dilakukan, supaya pertanyaan yang diajukan terhadap responden yang berada di Apotek valid dan konsisten. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen itu valid dalam mengukur variabel yang hendak diukur. Sementara reliabilitas merupakan ketepatan instrumen, instrumen yang dipakai sekarang ini dengan tempat atau waktu tertentu akan sama jika dipergunakan ditempat atau waktu yang berbeda (Aulia, 2019). Pengujian validitas dan reliabilitas dilaksanakan di Apotek NH Farma Pangkalan Bun pada bulan September 2021, dengan kuesioner kepuasan *service quality* menggunakan 20 sampel terpakai maka pengadaan uji validitas ini dilaksanakan bersama dengan pengadaan penelitian yang sebenarnya. Maka, uji coba terpakai adalah sebuah teknik dalam melakukan uji reliabilitas dan validitas dengan mengambil data hanyalah satu kali serta hasil uji coba langsung dipergunakan dalam melakukan uji hipotesis.

5.1.1 Uji Validitas Kuesioner

Berdasar penelitian ini, uji validitas dihitung menggunakan bantuan program SPSS, Pengujian validitas dilaksanakan dengan menghubungkan setiap skor item dan skor total. Skor total merupakan penjumlahan dari semua item. Uji mempergunakan pengujian 2 sisi memiliki tingkat signifikansi 0,05 mempunyai nilai r tabel sebanyak 0,423 bagi sampel 20 responden. Dinyatakan valid bila r hitung $> r$ tabel, sementara bila r hitung $< r$ tabel sehingga pertanyaan tidak valid. Hasil pengujian validitas dalam kuesioner bisa diamati dalam tabel.

Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Perbandingan r Hitung dan r Tabel dari kuesioner Apotek NH Farma 2021

Dimensi	Pertanyaan	r Hitung	>	r Tabel	Kesimpulan
Kehandalan (Reliability)	<i>Reliability 1</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 2</i>	0,637	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 3</i>	0,626	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 4</i>	0,693	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 5</i>	0,693	>	0,423	Valid
Ketanggapan (Responsiveness)	<i>Responsiveness 6</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Responsiveness 7</i>	0,547	>	0,423	Valid
	<i>Responsiveness 8</i>	0,458	>	0,423	Valid
Jaminan (Assurance)	<i>Assurance 9</i>	0,733	>	0,423	Valid
	<i>Assurance 10</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Assurance 11</i>	0,948	>	0,423	Valid
Empati (Empathy)	<i>Empathy 12</i>	0,948	>	0,423	Valid
	<i>Empathy 13</i>	0,689	>	0,423	Valid
	<i>Empathy 14</i>	0,948	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 15</i>	0,516	>	0,423	Valid
Bukti	<i>Tangible 16</i>	0,733	>	0,423	Valid
Langsung (Tangible)	<i>Tangible 17</i>	0,453	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 18</i>	0,677	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 19</i>	0,787	>	0,423	Valid

Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan hasil dari uji validitas di Apotek NH Farma Pangkalan Bun dengan jumlah keseluruhan 19 item pertanyaan yang mencakup dimensi Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, dan Bukti Langsung. Dapat diperoleh kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dalam dimensi yang diuji validitasnya dinyatakan valid karena r hitung > r tabel (r tabel 0,423) dan dapat digunakan untuk pengambilan data.

5.1.2. Uji Realibilitas Kuesioner

Pada penelitian ini uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's dengan menggunakan bantuan program SPSS (Statistical Package for the Social Science). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai cronbach alpha lebih besar dari r tabel atau $> 0,60$ maka item pertanyaan yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai cronbach alpha lebih kecil dari r tabel $> 0,60$ maka item pertanyaan yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Hasil Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Auliya, 2019).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.927	19

Gambar 5.1.Hasil uji reliabilitas kuesioner

Pada gambar 5.1 hasil dari uji reliabilitas ini menunjukkan pada semua pertanyaan dalam kuesioner yang mencakup 5 dimensi kualitas pelayanan di Apotek NH Farma Pangkalan Bun. Hasil uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha (menggunakan program uji statistik) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada keseluruhan kuesioner berada pada nilai $> 0,6$ yang artinya semua dimensi reliable item pertanyaan dan dapat digunakan pada apotek yang akan dilakukan penelitian.

5.2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden merupakan uraian atau gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Karena dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian dapat diketahui identitas responden. Karakteristik responden dalam pembahasan ini hanya untuk menggambarkan secara deskriptif konsumen yang datang membeli obat tanpa resep di Apotek NH Farma Pangkalan Bun periode September 2021 dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan jumlah kunjungan ke apotek. Pada penelitian ini kuesioner tingkat kepuasan

pasien dengan menggunakan kuesioner *Service Quality (Servqual)* pada pasien yang membeli obat tanpa resep di Apotek NH Farma Pangkalan Bun, penelitian ini berlangsung pada bulan september 2021. Pada penelitian ini didapatkan 94 responden.

Pada bab ini akan disajikan mengenai hasil pengumpulan data dari lembar kuesioner yang telah dibagikan sebanyak 94 responden. Analisa Hasil penelitian dan pembahasan berupa data tabel distribusi karakteristik responden dengan gambaran jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan jumlah kunjungan ke apotek.

5.2.1. Berdasarkan Pendidikan

Gambaran kunjungan pasien di Apotek NH Farma Pangkalan Bun berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan di Apotek NH Farma Pangkalan Bun.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase %
1	Tidak Tamat SD	2	2,13%
2	SD	0	0%
3	SMP	6	6,38%
4	SMA	61	64,89%
5	Perguruan Tinggi/ Akademi	25	26,60%
Jumlah		94	100%

Berdasarkan pada tabel 5.2 hasil penelitian, pendidikan terakhir responden yang paling besar adalah Sekolah Menengah Atas (SMA/ sederajat) dengan nilai (64,89%) dari 94 responden. Persepsi seseorang terhadap suatu hal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah tingkat pendidikan dan intelektual seseorang. Pendidikan seseorang dapat mempengaruhi perubahan tingkah laku, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin banyak pengetahuan serta informasi yang didapat tentang kesehatan ataupun informasi lain. Dengan pendidikan tinggi, maka seseorang akan lebih mudah mendapat informasi

baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat, juga termasuk pengetahuan tentang kesehatan (Suraya, 2015).

5.2.2. Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran kunjungan pasien di Apotek NH Farma Pangkalan Bun berdasarkan pekerjaan.

Tabel 5.3. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di Apotek NH Farma Pangkalan Bun pada bulan September 2021

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase%
1	Mahasiswa/ Mahasiswi	13	13,83%
2	Pegawai Swasta	15	15,96%
3	Wiraswasta	7	7,45%
4	Ibu Rumah Tangga	23	24,47%
5	Pegawai Negeri Sipil	9	9,57%
6	Lain-lain	27	28,72%
JUMLAH		94	100%

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa persentase tertinggi pada golongan pekerjaan lain-lain (28,72%), persentase terkecil adalah wiraswasta (7,45%) dan PNS (9,47%). Waktu pelayanan di Apotek adalah jam 08.00 hingga jam 20.00 malam, maka dari itu kebanyakan pasien yang datang pasien yang memiliki pekerjaan swasta/mandiri dengan jam yang tidak terikat, ibu rumah tangga/ tidak bekerja sehingga bisa meluangkan waktu untuk berobat. Hal ini sesuai dengan penelitian Achmad Asnawi, bahwa sebagian besar pasien puskesmas merupakan kelompok pekerja tidak tetap sebanyak (58,2%), yang terdiri dari ibu rumah tangga, pelajar/ mahasiswa, buruh dan belum bekerja. Beberapa orang yang bekerja karena kesibukannya, orang yang bekerja lebih sering mengabaikan gejala penyakit yang dialami (Lusy, 2018).

5.2.3. Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran kunjungan pasien di Apotek NH Farma Pangkalan Bun berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 5.4. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Apotek NH Farma pada bulan September 2021.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase%
1	Perempuan	56	59,57%
2	Laki-Laki	38	40,43%
	Jumlah	94	100%

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dilihat dari penyebaran kuesioner berdasarkan jenis kelamin bahwa sebagian besar pasien yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan (59,57%) di Apotek NH Farma Pangkalan Bun. Sedangkan untuk pasien yang laki-laki sebesar (40,43%). Jenis kelamin adalah salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menyikapi suatu produk/jasa pelayanan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan tahun 2017 menyebutkan bahwa pasien dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak (66%) dari laki-laki (34%) (Talinanti, 2017). Terlihat bahwa pada umumnya perempuan lebih rentan terhadap penyakit dan lebih cepat menginginkan untuk mendapat pengobatan pada masalah kesehatan dibandingkan dengan laki-laki yang cenderung mengabaikan masalah kesehatan (Talinati, 2017). Menurut Pennebaker, menyatakan wanita umumnya lebih sering melaporkan gejala sakit yang dialami dibandingkan dengan pria. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nureeyah di apotek Nur Farma yang menyatakan (86%) pengunjung apotek adalah perempuan (Baheem, 2017).

5.2.4. Berdasarkan frekuensi kunjungan

Gambaran kunjungan pasien di Apotek NH Farma Pangkalan Bun berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan frekuensi kedatangan di Apotek NH Farma pada bulan September 2021.

No	Frekuensi Kedatangan	Jumlah	Persentase%
1	Baru Pertama	28	29,79
2	2 Kali- 5 Kali	29	30,85

Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan frekuensi kedatangan di Apotek NH Farma pada bulan September 2021 (lanjutan)

No	Frekuensi Kedatangan	Jumlah	Persentase%
3	Lebih Dari 5 Kali	37	39,36
Jumlah		94	100

Berdasarkan tabel 5.5 dapat dilihat dari penyebaran kuesioner berdasarkan frekuensi kedatangan bahwa sebagian besar pasien yang menjadi responden paling banyak yaitu pasien yang berkunjung lebih dari 5 kali ke Apotek NH Farma Pangkalan Bun yaitu sebesar 39,36%, sedangkan untuk pasien yang berkunjung ke Apotek NH Farma antara 2-5 kali sebesar 30,85% dan untuk pasien yang baru pertama kali berkunjung ke apotek sebesar 29,79%, dari data yang ada dapat diketahui bahwa konsumen yang datang lebih dari 5 kali memiliki jumlah terbanyak, hal ini dapat diartikan jika kebanyakan pengunjung memang sudah sering kali datang ke apotek NH Farma untuk membeli kebutuhan obat- obatan.

5.3. Analisis Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma Pangkalan Bun

5.3.1. Distribusi Frekuensi Nilai Dari Responden

a. Dimensi Kehandalan

Reliability (kehandalan) berkaitan dengan kemampuan apotek untuk melihat layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Untuk melihat kualitas pelayanan dimensi kehandalan maka diukur penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden. Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi kehandalan digambarkan pada tabel 5.6 berikut:

Tabel 5.6. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Kehandalan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Skor Total	Rata-Rata	Skor Ideal	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Reliability (Kehandalan)										
1.	Melayani pembelian obat dengan cepat	5	82	7	0	0	374	3,98	470	79,57%
2.	Obat yang tersedia di apotek lengkap	5	85	3	1	0	376	4,00	470	80%
3.	Obat yang dijual dengan harga yang wajar	3	83	8	0	0	371	3,95	470	78,94%
4.	Petugas selalu siap melayani konsumen	13	76	5	0	0	384	4,09	470	81,70%
5.	Petugas melayani dengan ramah	15	75	4	0	0	387	4,12	470	82,34%
Nilai rata- rata dimensi kehandalan										81%

Keterangan Tabel : SB : Sangat Baik

B : Baik

CB : Cukup Baik

KB : Kurang Baik

TB : Tidak Baik

Tabel 5.6 menunjukkan bahwa aspek melayani pembelian obat dengan cepat didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,98 dan persentase 79,57% yang berarti pada aspek ini petugas selalu cepat saat melayani setiap konsumen yang datang, sebagian besar penilaian responden pada aspek ini adalah baik. Pada ketersediaan obat yang ada di apotek didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,00 dan persentase 80% yang berarti ketersediaan obat yang ada di Apotek NH Farma menurut sebagian besar responden lengkap. Pada kewajaran harga penjualan obat didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,95 dan persentase 78,94%, pada aspek ini sebagian besar konsumen menilai dengan baik, tetapi ada beberapa

responden yang merasa pada aspek ini cukup baik. Pada kesiapan petugas dalam melayani konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,09 dan persentase 81,70%, yang berarti pada aspek ini petugas selalu siap sedia melayani setiap konsumen yang datang ke Apotek NH Farma pada aspek ini terlihat sebagian responden menilai baik, 5 diantara seluruh responden merasa cukup baik pada aspek ini. Pada aspek keramahan petugas dalam melayani konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,12 dan persentase 82,34%. Pada dimensi kehandalan terkait dengan kenyataan yang dirasakan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan nilai rata-rata kenyataan yang dirasakan sebesar 4,03 dan persentase rata-rata sebesar 81%. Berdasarkan hasil persentase termasuk dalam kategori sangat puas. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nureeyah di apotek Nur Farma didapatkan hasil yang menunjukkan nilai tertinggi ada pada bagian aspek kecepatan pelayanan obat dengan nilai rata-rata sebesar 4,49 dan nilai terendah ada pada aspek ketersediaan obat yang ada di apotek dengan nilai rata-rata 4.07 (Baheem, 2017). Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Narulita pada tahun 2021, didapatkan hasil nilai rata-rata kepuasan pelayanan pada dimensi kehandalan sebesar 3,33 dengan nilai tertinggi ada pada aspek kelengkapan obat yang tersedia apotek dengan nilai rata-rata sebesar 3,45 (Narulita, 2021).

Sedangkan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden untuk dimensi kehandalan digambarkan pada tabel 5.7 berikut:

Tabel 5.7. Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Kehandalan.

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SS	S	CS	KS	TS				
		5	4	3	2	1				
Reliability (Kehandalan)										
1.	Melayani pembelian obat dengan cepat	7	79	8	0	0	94	375	3,99	79,79%

Tabel 5.7. Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Kehandalan (lanjutan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SS	S	CS	KS	TS				
		5	4	3	2	1				
Reliability (Kehandalan)										
2.	Obat yang tersedia di apotek lengkap	6	85	2	1	0	94	378	4,02	80,43%
3.	Obat yang dijual dengan harga yang wajar	10	81	3	0	0	94	383	4,07	81,49%
4.	Petugas selalu siap melayani konsumen	12	78	4	0	0	94	384	4,09	81,70%
5.	Petugas melayani dengan ramah	16	77	1	0	0	94	391	4,16	83,19%
Nilai rata- rata dimensi kehandalan										81%

Keterangan Tabel : SS : Sangat Sesuai
 S : Sesuai
 CS : Cukup Sesuai
 KS : Kurang Sesuai
 TS : Tidak Sesuai

Tabel 5.7 menunjukkan bahwa aspek melayani pembelian obat dengan cepat didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,99 dan persentase 79,79% yang berarti penilaian responden pada aspek ini bias dikatakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, tetapi beberapa responden merasa pelayanan pada aspek ini cukup sesuai dengan yang diharapkan. Pada ketersediaan obat yang ada di apotek didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,02 dan persentase 80,43%, hasil ini lebih besar bila dibandingkan dengan penilaian responden terhadap kenyataan yang dirasakan, berarti pada aspek ini sebagian besar responden sudah merasa bahwa pelayanan yang diharapkan sudah sesuai, dan penting untuk dipenuhi sesuai dengan harapan, tetapi ada 1 konsumen yang merasa bahwa pada aspek ini masih kurang sesuai. Pada kewajaran harga penjualan obat didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,07 dan persentase 81,49% pada aspek ini

berarti sebagian konsumen sudah merasa bahwa pelayanan yang didapatkan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen yang datang. Pada kesiapan petugas dalam melayani konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,09 dan persentase 81,70%. Pada aspek keramahan petugas dalam melayani konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,16 dan persentase 83,19% berarti pada aspek ini responden merasa pelayanan yang didapat sudah sesuai dengan harapan, dan pada aspek ini mendapatkan nilai terbesar dibanding keempat aspek lainnya pada dimensi ini. Pada dimensi kehandalan terkait dengan pelayanan yang diharapkan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata-rata sebesar 81% dan termasuk dalam kategori sangat puas. Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Narulita pada tahun 2021, untuk dimensi kehandalan mendapatkan nilai rata-rata total dimensi sebesar 4,27 dengan nilai terbesar ada pada aspek kelengkapan obat yang dijual di apotek dengan nilai rata-rata sebesar 4,46 (Narulita, 2021). Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Pareraway pada tahun 2016 didapatkan hasil nilai rata-rata pada bagian harapan konsumen sebesar 4,69 dan nilai terbesar ada pada aspek kelengkapan obat yang tersedia di apotek dengan nilai rata-rata sebesar 4,7 (Pareraway, 2016).

Dari kedua tabel yang sudah digambarkan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Apotek NH Farma baik pelayanan yang dirasakan maupun pelayanan yang diharapkan menunjukkan bahwa nilai tertinggi ada pada kesiapan petugas dalam melayani konsumen dan keramahan petugas dalam melayani konsumen, dan pada penilaian kelengkapan obat yang dijual di apotek terdapat nilai yang kurang baik. Konsumen menilai bahwa pelayanan yang sudah dirasakan saat datang ke apotek sudah baik dan untuk pelayanan yang diharapkan juga sudah sesuai. Salah satu konsumen juga menilai bahwa kelengkapan obat di apotek masih belum lengkap. Hal tersebut dikarenakan konsumen ingin membeli suatu obat, tetapi untuk merek dagang yang diinginkan sedang kosong. Petugas apotek sudah mencoba menawarkan dengan merek dagang lain dengan kandungan isi yang sama,

tetapi konsumen tersebut tidak ingin diganti dengan merek dagang lain dikarenakan sudah merasa cocok dengan obat yang biasa diminum. Konsumen yang merasa kelengkapan obat di Apotek NH Farma belum cukup baik adalah konsumen yang sudah berkunjung 2-5 kali kunjungan ke Apotek NH Farma, karena konsumen merasa kelengkapan obat yang tersedia di Apotek NH Farma belum cukup baik, maka dari itu petugas diharapkan untuk melengkapi obat- obat yang tersedia di Apotek NH Farma, serta melakukan pengecekan dan pencatatan terkait obat yang akan segera habis atau yang sudah habis dan petugas diharapkan selalu mempertahankan keramahan dalam melayani konsumen serta kesiapan saat melayani konsumen yang datang ke Apotek NH Farma.

b. Dimensi Ketanggapan

Responsiveness (daya tanggap), berkenaan dengan kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada responden dengan menyampaikan informasi yang jelas. Untuk melihat kualitas pelayanan dimensi ketanggapan atau daya tanggap maka diukur penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden.

Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi daya tanggap digambarkan pada tabel 5.8 berikut:

Tabel 5.8. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Kehandalan.

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Responsiveness (Ketanggapan)										
1.	Petugas cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	4	83	7	0	0	94	373	3,97	79,36%
2.	petugas mampu memberi penyelesaian terhadap keluhan konsumen	2	86	6	0	0	94	372	3,96	79,15%

Tabel 5.8. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Kehandalan (lanjutan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Responsiveness (Ketanggapan)										
3.	konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang obat yang dibeli	20	63	11	0	0	94	385	4,10	81,91%
Nilai rata- rata dimensi ketanggapan									80%	

Keterangan Tabel :

SB : Sangat Baik

B : Baik

CB : Cukup Baik

KB : Kurang Baik

TB : Tidak Baik

Tabel 5.8 menunjukkan bahwa aspek ketanggapan petugas terhadap keluhan konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,97 dan persentase 79,36% yang berarti bahwa responden merasa puas terhadap pelayanan pada aspek ini, sebagian besar responden memberikan respon yang baik, tapi ada beberapa responden merasa pada aspek ini pelayanan yang dirasakan cukup baik karena responden merasa petugas kurang tanggap. Pada kemampuan petugas dalam memberi penyelesaian terhadap keluhan konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,96 dan persentase 79,15%, pada aspek ini sebagian besar responden menilai baik, responden merasa bahwa petugas mampu memberi penyelesaian terhadap keluhan atau gejala penyakit yang dirasakan oleh responden. Pada aspek konsumen yang mendapat informasi terkait obat yang dibeli didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,10 dan persentase 81,91% yang berarti pada aspek ini responden merasa mendapat informasi yang jelas terkait obat yang dibeli, namun beberapa responden merasa pada aspek ini pelayanan yang diberikan oleh petugas cukup baik. Pada dimensi ketanggapan terkait dengan kenyataan yang dirasakan oleh pasien atau

konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata-rata sebesar 80% dan termasuk dalam kategori puas. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nureeyah menunjukkan bahwa pada aspek kecepatan tanggap keluhan konsumen, memiliki rata-rata nilai 4.42, dan pada aspek kemampuan menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh konsumen memiliki rata-rata nilai 4.37. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Pareraway pada tahun 2016, didapatkan hasil nilai rata-rata pada bagian kepuasan konsumen sebesar 3,74 dan nilai tertinggi ada pada aspek informasi yang diberikan kepada pasien terkait dengan obat yang dibeli dengan nilai rata-rata sebesar 3,86 (Pareraway, 2016). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Narendra pada tahun 2017 didapatkan nilai rata-rata pada aspek pemberian informasi terkait obat kepada pasien sebesar 3,93 (Narendra, 2017).

Sedangkan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden untuk dimensi ketanggapan digambarkan pada tabel 5.9 berikut:

Tabel 5.9. Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Ketanggapan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SS	S	CS	KS	TS				
		5	4	3	2	1				
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)										
1.	Petugas cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	5	84	5	0	0	94	376	4,00	80%
2.	petugas mampu memberi penyelesaian terhadap	6	86	2	0	0	94	380	4,04	80,85%
3.	konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang obat yang dibeli	22	70	2	0	0	94	396	4,21	84,26%
Nilai rata- rata dimensi ketanggapan										82%

Keterangan Tabel : SS : Sangat Sesuai
 S : Sesuai
 CS : Cukup Sesuai
 KS : Kurang Sesuai

TS : Tidak Sesuai

Tabel 5.9 menunjukkan bahwa aspek ketanggapan petugas terhadap keluhan konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,00 dan persentase 80%. Pada kemampuan petugas dalam memberi penyelesaian terhadap keluhan konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,04 dan persentase 80,85%. Pada aspek konsumen yang mendapat informasi terkait obat yang dibeli didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,21 dan persentase 84,26%. Pada dimensi ketanggapan terkait dengan pelayanan yang diharapkan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata-rata sebesar 82% yang termasuk dalam kategori sangat puas. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Pareraway pada tahun 2016, didapatkan hasil nilai rata-rata pada bagian kepuasan konsumen sebesar 4.50 dan nilai tertinggi ada pada aspek informasi yang diberikan kepada pasien terkait dengan obat yang dibeli dengan nilai rata-rata sebesar 4.51 (Pareraway, 2016).

Dari kedua tabel yang sudah digambarkan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Apotek NH Farma baik pelayanan yang dirasakan maupun pelayanan yang diharapkan menunjukkan bahwa nilai tertinggi ada pada informasi yang didapat oleh konsumen terkait dengan obat yang dibeli. Konsumen menilai bahwa informasi yang didapatkan ketika membeli obat di Apotek NH Farma sudah baik, tetapi beberapa dari pasien yang datang berkunjung beranggapan bahwa informasi obat yang disampaikan oleh petugas belum cukup lengkap berdasarkan data kuesioner yang didapat ada sekitar 11 responden yang memberi skor 3 yang berarti responden atau konsumen hanya diberikan 2 informasi obat saat membeli obat, responden yang diberikan 2 informasi terkait obat ini membeli obat paracetamol dengan merek dagang berbeda, informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah mengenai nama obat dan penggunaannya saja, lalu ada 63 responden yang memberikan skor 4 pada aspek ini dan informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah mengenai nama obat, cara penggunaannya, dan cara penyimpanan obat. Kemudian ada 20

responden yang memberikan skor 5 karena responden mendapatkan informasi yang lengkap dari petugas apotek yang berjaga, dan untuk pelayanan yang diharapkan juga sudah sesuai. Oleh karena itu petugas diharapkan selalu memberikan informasi yang lengkap terkait obat yang dibeli oleh konsumen yang datang ke Apotek NH Farma agar tujuan dari terapi itu dapat terwujud yaitu kesembuhan dari konsumen yang membeli obat tersebut. Kelengkapan informasi obat yang diberikan kepada pasien dapat membuat pasien menjadi lebih maksimal dalam melakukan pengobatan sendiri (swamedikasi) karena pasien menjadi lebih paham dan mengerti terkait obat yang akan dikonsumsi agar tujuan kesembuhan pasien dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Denise (2016), nilai terbesar ada pada aspek pemberian informasi obat yang lengkap dengan persentase kepuasan 86% hal ini menandakan jika pelayanan kefarmasian yang diterima sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen (Pareraway, 2016)

c. Dimensi Jaminan

Assurance (jaminan), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan petugas serta kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumen, untuk melihat kualitas pelayanan dimensi jaminan maka diukur penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden.

Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi jaminan digambarkan pada tabel 5.10 berikut :

Tabel 5.10. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Jaminan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Assuurance (Jaminan)										
1.	Petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan	4	85	5	0	0	94	375	3,99	79,79%

Tabel 5.10. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Jaminan (lanjutan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Assurance (Jaminan)										
2.	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	9	83	2	0	0	94	383	4,07	81,49%
3.	Obat yang dibeli, terjamin kualitasnya	13	81	0	0	0	94	389	4,14	82,77%
Nilai rata- rata dimensi jaminan										81%

Keterangan Tabel :SB : Sangat Baik
 B : Baik
 CB : Cukup Baik
 KB : Kurang Baik
 TB : Tidak Baik

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa aspek pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki petugas dalam bekerja didapatkan hasil yang baik dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 3,99 dan persentase 79,79% berarti pada aspek ini responden merasa pelayanan yang didapatkan baik sehingga sebagian besar responden menilai baik pada kemampuan dan pengetahuan petugas saat melayani konsumen. Pada kesesuaian obat yang diberikan kepada konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,07 dan persentase 81,49% yang berarti pada aspek ini responden merasa bahwa pelayanan yang diberikan baik dan obat yang diberikan juga sesuai dengan permintaan responden. Pada aspek terjaminnya kualitas obat yang dibeli didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,14 dan persentase 82,77% yang berarti pada aspek ini responden merasa puas karena kualitas obat yang dibeli sudah terjamin dan dilakukan pengecekan terhadap waktu kadaluarsa obat sebelum diserahkan kepada konsumen yang datang untuk membeli obat. Pada dimensi jaminan terkait dengan kenyataan yang dirasakan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata- rata sebesar 81% dan termasuk dalam kategori sangat puas. Pada peneilitian sebelumnya

didapatkan hasil pada aspek petugas mempunyai pengetahuan yang baik, dengan rata- rata sebesar 4.52. Terkait kejaminan kualitas obat yang dibeli didapatkan rata- rata 4.51, sedangkan pada aspek pemberian obat sesuai dengan yang diminta sebesar 4,59. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Narendra pada tahun 2017, didapatkan nilai tertinggi pada kenyataan ada pada aspek kualitas obat yang dibeli dengan nilai rata- rata sebesar 4,47 (Narendra, 2017).

Sedangkan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden untuk dimensi jaminan digambarkan pada tabel 5.11 berikut:

Tabel 5.11. Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Jaminan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban						Skor Total	Rata-Rata	%
		SS	S	CS	KS	TS	N			
		5	4	3	2	1				
Assuurance (Jaminan)										
1.	Petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja	8	84	2	0	0	94	382	4,06	81,28%
2.	Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	9	83	2	0	0	94	383	4,07	81,49%
3.	Obat yang dibeli, terjamin kualitasnya	15	79	0	0	0	94	391	4,16	83,19%
Nilai rata- rata dimensi jaminan									82%	

Keterangan Tabel :SS : Sangat Sesuai
 S : Sesuai
 CS : Cukup Sesuai
 KS : Kurang Sesuai
 TS : Tidak Sesuai

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa aspek pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki petugas dalam bekerja didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,06 dan persentase 81,28%. Pada kesesuaian obat yang diberikan kepada konsumen didapatkan hasil yang

sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,07 dan persentase 81,49%. Pada aspek terjaminnya kualitas obat yang dibeli didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,16 dan persentase 83,19%. Pada dimensi jaminan terkait dengan pelayanan yang diharapkan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata- rata sebesar 82% dan termasuk dalam kategori sangat puas. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Narendra pada tahun 2017, didapatkan nilai tertinggi pada harapan ada pada aspek kualitas obat yang dibeli dengan nilai rata- rata sebesar 4,75 (Narendra, 2017).

Dari kedua tabel yang sudah digambarkan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Apotek NH Farma baik pelayanan yang dirasakan maupun pelayanan yang diharapkan menunjukkan bahwa nilai tertinggi ada pada informasi yang didapat oleh konsumen terkait dengan obat yang dibeli. Konsumen menilai bahwa kualitas obat yang dibeli di Apotek NH Farma sudah baik dan terjamin kualitasnya jika dilihat dari segi kemasan dan tanggal kadaluarsa yang sebelumnya sudah dicek oleh petugas apotek sebelum diberikan kepada konsumen, dan untuk pelayanan yang diharapkan juga sudah sesuai. Oleh karena itu petugas diharapkan selalu memberikan obat yang terjamin kualitasnya kepada konsumen, hal ini juga sebagai salah satu penilaian yang dapat diberikan oleh konsumen kepada apotek terkait dengan obat yang tersedia di apotek tersebut berisi obat- obatan yang kualitasnya sudah terjamin, dan aman. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Narendra pada tahun 2017, didapatkan nilai persentase tertinggi pada aspek obat yang dijual terjamin kualitasnya dengan persentase sebesar 94,15% (Narendra, 2017). Jika dilihat dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, hasil pada dimensi ini menunjukkan bahwa kualitas obat memiliki skor tertinggi, hal ini berarti konsumen merasa jika kualitas obat yang ada di apotek sangat baik.

d. Dimensi Empati

Empathy (empati), berarti bahwa apotek memahami masalah konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen. Untuk melihat kualitas pelayanan dimensi empati maka diukur penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden.

Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi empati digambarkan pada tabel 5.12 berikut:

Tabel 5.12. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Empati

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					n	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Empathy (Empati)										
1.	Petugas memberikan perhatian terhadap konsumen	4	88	2	0	0	94	378	4,02	80,43%
2.	Petugas memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status social	12	81	1	0	0	94	387	4,12	82,34%
3.	Terjadinya komunikasi yang baik antara petugas dengan konsumen	10	82	2	0	0	94	384	4,09	81,70%
Nilai rata- rata dimensi empati									81%	
Keterangan Tabel :		SB	: Sangat Baik							
		B	: Baik							
		CB	: Cukup Baik							
		KB	: Kurang Baik							
		TB	: Tidak Baik							

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa aspek perhatian petugas terhadap konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,02 dan persentase 80,43%. Pada aspek pelayanan petugas tanpa memandang status sosial konsumen didapatkan hasil yang

baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,12 dan persentase 82,34%. Pada aspek komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,09 dan persentase 81,70%. Pada aspek ini responden menilai komunikasi yang terjadi dengan petugas dalam kategori baik, karena petugas memberikan balasan terhadap keluhan mengenai gejala yang dirasakan oleh responden. Pada dimensi empati terkait dengan kenyataan yang dirasakan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata- rata sebesar 81% dan termasuk dalam kategori sangat puas. Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nureeyah pada tahun 2017 menunjukkan bahwa pada dimensi empati ini didapatkan hasil rata- rata pada aspek perhatian yang diberikan petugas kepada konsumen sebesar 4.38 sedangkan pada aspek pelayanan petugas tanpa memandang status sosial memiliki rata- rata sebesar 4.59, sedangkan pada aspek komunikasi yang terlain dengan baik memiliki rata- rata sebesar 4.52.

Sedangkan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden untuk dimensi empati digambarkan pada tabel 5.13 berikut:

Tabel 5.13. Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Diharapkan Pada Dimensi Empati

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban						n	Skor Total	Rata-Rata	%
		SS	S	CS	KS	TS					
		5	4	3	2	1					
Empathy (Empati)											
1.	Petugas memberikan perhatian terhadap konsumen	8	85	1	0	0	94	383	4,07	81,49%	
2.	Petugas memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status social	11	82	1	0	0	94	386	4,11	82,13%	
3.	Terjadinya komunikasi yang baik antara petugas dengan konsumen	9	83	2	0	0	94	383	4,07	81,49%	
Nilai rata- rata dimensi empati										82%	

Keterangan Tabel :	SS	: Sangat Sesuai
	S	: Sesuai
	CS	: Cukup Sesuai
	KS	: Kurang Sesuai
	TS	: Tidak Sesuai

Tabel 5.13 menunjukkan bahwa aspek perhatian petugas terhadap konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,07 dan persentase 81,49%. Pada aspek pelayanan petugas tanpa memandang status sosial konsumen didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,11 dan persentase 82,13%. Pada aspek komunikasi yang sesuai, antara petugas dan konsumen didapatkan hasil yang baik dengan rata-rata nilai yang didapatkan sebesar 4,07 dan persentase 81,49%. Pada dimensi empati terkait dengan pelayanan yang diharapkan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata-rata sebesar 82% dan termasuk dalam kategori sangat puas.

Dari kedua tabel yang sudah digambarkan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Apotek NH Farma baik pelayanan yang dirasakan maupun pelayanan yang diharapkan menunjukkan bahwa nilai tertinggi ada pada pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status sosial, petugas sudah seharusnya melayani setiap konsumen yang datang dengan ramah dan penuh perhatian terhadap keluhan yang dirasakan oleh konsumen tanpa memandang status sosial serta menjalin komunikasi yang baik kepada setiap konsumen agar konsumen merasa nyaman serta puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas apotek. Dari hasil data yang sudah didapat maka diharapkan kepada petugas apotek yang ada untuk selalu mempertahankan kinerja yang nilainya sudah baik serta terus meningkatkan pada aspek lainnya salah satunya pada dimensi empati ini.

e. Dimensi Bukti Fisik

Tangible (bukti fisik) adalah kemampuan suatu apotek dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, dapat berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik apotek dan keadaan lingkungan sekitarnya. Untuk melihat kualitas pelayanan dimensi bukti fisik maka diukur

penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden dan penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden.

Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi bukti fisik digambarkan pada tabel 5.14 berikut:

Tabel 5.14. Penilaian Responden Terhadap Kenyataan Yang Dirasakan Pada Dimensi Bukti Fisik

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					N	Skor Total	Rata-Rata	%
		SB	B	CB	KB	TB				
		5	4	3	2	1				
Tangible (Fasilitas Berwujud)										
1.	Apotek terlihat bersih dan rapi	4	78	12	0	0	94	368	3,91	78,30%
2.	Penataan bagian luar dan bagian dalam ruangan tertata dengan baik	3	78	13	0	0	94	366	3,89	77,87%
3.	Lokasi apotek strategis dan ada papan nama apotek	5	47	41	1	0	94	338	3,60	71,91%
4.	Konsumen merasa nyaman saat menunggu obat disiapkan	5	74	15	0	0	94	366	3,89	77,87%
5.	Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	11	79	4	0	0	94	383	4,07	81,49%
Nilai rata- rata dimensi bukti fisik									76%	
Keterangan Tabel :										
		SB	: Sangat Baik							
		B	: Baik							
		CB	: Cukup Baik							
		KB	: Kurang Baik							
		TB	: Tidak Baik							

Tabel 5.14 menunjukkan bahwa aspek kerapihan dan kebersihan apotek didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,91 dan persentase 78,30%. Pada aspek penataan bagian luar dan bagian dalam apotek didapatkan hasil yang baik dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,89 dan persentase 77,87%. Pada aspek lokasi apotek yang strategis dan memiliki papan nama apotek didapatkan hasil yang baik

Keterangan Tabel :SS : Sangat Sesuai
 S : Sesuai
 CS : Cukup Sesuai
 KS : Kurang Sesuai
 TS : Tidak Sesuai

Tabel 5.15 menunjukkan bahwa aspek kerapihan dan kebersihan apotek didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 4,03 dan persentase 80,64%. Pada aspek penataan bagian luar dan bagian dalam apotek didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,94 dan persentase 78,72%. Pada aspek lokasi apotek yang strategis dan memiliki papan nama apotek didapatkan hasil yang sesuai, dengan rata- rata nilai yang didapatkan sebesar 3,55 dan persentase 71,01%. Pada aspek kenyamanan konsumen saat menunggu obat yang sedang disiapkan didapatkan hasil yang sesuai, dengan nilai rata- rata 4,01 dengan persentase 80,21%. Pada aspek kebersihan dan kerapihan petugas apotek didapatkan hasil sesuai, dengan nilai rata- rata 4,15 dengan persentase 82,98%. Pada dimensi bukti fisik terkait dengan pelayanan yang diharapkan oleh pasien atau konsumen yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan persentase rata- rata sebesar 78% dan termasuk dalam kategori puas. Pada penilaian ini ada beberapa responden yang memberikan poin 2 pada aspek penataan bagian luar ruangan, dan bagian dalam ruangan tertata dengan baik serta pada aspek lokasi apotek yang strategis dan ada papan nama apotek. Diketahui bahwa ada beberapa responden yang baru pertama kali datang merasa bingung dengan lokasi apotek, karena lokasi apotek saat ini sedikit kedalam untuk sementara waktu, jadi responden yang baru pertama kali datang ada yang merasa bingung dan salah lokasi. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pareraway pada tahun 2017, nilai tertinggi pada dimensi ini pada pelayanan yang dirasakan ada pada kebersihans erta kerapihan apotek, dengan nilai rata rata yang didapatkan sebesar 4.42 (Pareraway, 2017).

Dari kedua tabel yang sudah digambarkan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Apotek NH Farma baik pelayanan yang dirasakan maupun pelayanan yang diharapkan menunjukkan bahwa pada aspek lokasi apotek mendapat nilai terendah, hal ini dikarenakan kondisi lokasi apotek

yang sementara waktu dipindahkan karena sedang dalam tahap pembangunan sehingga konsumen yang baru pertama kali datang merasa sedikit kesulitan dan bingung akan lokasi apotek, dan sering kali salah lokasi sehingga konsumen mengira bahwa apotek sedang tutup. Nilai kurang baik ada 6 responden yang merasa bahwa lokasi Apotek kurang baik, 6 responden yang menilai kurang baik merupakan responden yang baru pertama kali datang ke Apotek NH Farma, jika dilihat dari frekuensi kunjungan ada 28 responden yang baru datang pertama kali, kebanyakan merupakan penumpang travel yang datang ke Klinik NH. Jika dilihat dari penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan oleh Pareraway pada tahun 2017, terlihat bahwa nilai tertinggi ada pada aspek kebersihan dan kerapihan apotek dengan persentase 88%, lalu untuk lokasi apotek mendapatkan persentase sebesar 87 % (Pareraway, 2017).

5.3.2. Nilai Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan apakah mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, berdasarkan definisi ini kualitas layanan dapat ditentukan oleh kemampuan dari pihak apotek untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan cara mencari selisih antara kenyataan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan (Baheem, 2017)

Metode *SERVQUAL* dibangun atas perbandingan dua faktor utama, yaitu pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan secara nyata dengan pelayanan yang diharapkan/ diinginkan oleh pelanggan, jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan (Parasuraman dalam Baheem, 2017).

a. Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Item

Nilai dari kenyataan yang dirasakan dan nilai layanan yang diharapkan serta nilai kualitas pelayanan untuk tiap item pertanyaan dapat dilihat pada tabel 5.16 berikut:

Tabel 5.16 Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Item

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Item	Rata- Rata		GAP	TKI
			Kepuasan (X)	Harapan (Y)		
A1	Reliability	Melayani pembelian obat dengan cepat	3,98	3,99	-0,01	99,73%
A2	(Kehandala n)	Obat yang tersedia di apotek lengkap	4,00	4,02	-0,02	99,47%
A3		Obat yang dijual dengan harga yang wajar	3,95	4,07	-0,13	96,87%
A4		Petugas selalu siap melayani konsumen	4,09	4,09	0,00	100%
A5		Petugas melayani dengan ramah	4,12	4,16	-0,04	98,98%
Rata- rata dimensi kehandalan			4,03	4,07	-0,04	99,01%
B6	Responsive ness	Petugas cepat tangap terhadap keluhan konsumen	3,97	4,00	-0,03	99,20%
B7	(Daya Tanggap)	petugas mampu memberi penyelesaian terhadap keluhan konsumen	3,96	4,04	-0,09	97,89%
B8		konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang obat yang dibeli	4,10	4,21	-0,12	97,22%
Rata- rata dimensi daya tanggap			4,01	4,09	-0,08	98,09%
C9	Assurance (Jaminan)	Petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja	3,99	4,06	-0,07	98,17%
C10		Obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta	4,07	4,07	0,00	100,00%
C11		Obat yang dibeli, terjamin kualitasnya	4,14	4,16	-0,02	99,49%
Rata- rata dimensi jaminan			4,05	4,11	-0,06	98,62%
D12	Empathy (Empati)	Petugas memberikan perhatian terhadap konsumen	4,02	4,07	-0,05	98,69%
D13		Petugas memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status social	4,12	4,11	0,01	100,26%
D14		Terjadinya komunikasi yang baik antara petugas dengan konsumen	4,09	4,07	0,01	100,26%

Tabel 5.16 Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Item (lanjutan)

No	Dimensi	Item	Rata- Rata		GAP	TKI
			Kepuasan (X)	Harapan (Y)		
Rata- rata dimensi empati			4,06	4,08	-0,02	99,39%
E15	Bukti Fisik	Apotek terlihat bersih dan rapi	3,91	4,03	-0,12	97,10%
E16		Penataan bagian luar dan bagian dalam ruangan tertata dengan baik	3,89	3,94	-0,04	98,92%
E17		Lokasi apotek strategis dan ada papan nama apotek	3,60	3,55	0,04	101,20%
E18		Konsumen merasa nyaman saat menunggu obat disiapkan	3,89	4,01	-0,12	97,08%
E19		Petugas apotek berpakaian bersih dan rapi	4,07	4,15	-0,07	98,21%
Rata- rata dimensi bukti fisik			4,01	4,07	-0,05	98,69%
Jumlah			75,95	76,82	-0,87	
Rata-rata Seluruh Dimensi			4,00	4,04	-0,05	98,76%

Berdasarkan tabel 5.16 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan apotek di NH Farma masih belum sesuai dengan harapan responden. Hal tersebut terlihat dari mayoritas nilai kualitas pelayanan yang minus (-). Nilai kualitas yang minus menandakan bahwa pelayanan yang dirasakan masih dibawah dari nilai kualitas pelayanan yang diharapkan. Hasil *gap* negatif menggambarkan bahwa pasien tidak puas, sedangkan hasil *gap* positif menggambarkan bahwa pasien puas (Mulia, 2017).

b. Hasil Antara Harapan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma

Analisis tiap dimensi berdasarkan urutan dari *gap* terbesar ke *gap* terkecil dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Reliability (Kehandalan)

Reliability (Kehandalan) menunjukkan kemampuan apotek untuk melaksanakan pelayanan yang dapat diandalkan dan terpercaya. Pada

Tabel 5.16, nilai *gap* dimensi *reliability* yang paling besar yaitu mengenai harga obat yang dijual di Apotek NH Farma sebesar $-0,13$ hal ini karena beberapa dari pasien yang datang untuk membeli obat beranggapan bahwa harga obat di Apotek NH Farma lebih tinggi bila dibandingkan dengan apotek lain. Penentuan harga jual yang digunakan di Apotek NH Farma pada kategori obat bebas dan obat bebas terbatas adalah sebesar 25%, disebutkan dalam PERMENKES No 98 Tahun 2015 Bab II Pasal 4 Ayat 1 bahwa harga untuk obat generik ditentukan berdasarkan HNA (Harga Netto Apotek) ditambah dengan biaya pelayanan kefarmasian sebesar 25% dari HNA. Nilai yang paling kecil pada dimensi ini yaitu mengenai kesiapan petugas dalam melayani konsumen sebesar 0. Apabila dilihat pada Tabel 5.16, kualitas pelayanan dimensi *reliability* (kehandalan) memiliki mean skor kepuasan sebesar 4,03 dan *mean* skor harapan sebesar 4,07 sehingga *gap* yang terjadi adalah sebesar $-0,04$. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *reliability* (kehandalan) menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar 99,01%.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nikmatuzaroh, didapatkan hasil pada dimensi ini nilai kesenjangan tertinggi ada pada aspek obat yang tersedia diapotek cukup lengkap dengan nilai *gap* $-0,12$, dan nilai kesenjangan yang terkecil ada pada aspek obat yang dijual dengan harga wajar dengan nilai *gap* sebesar $-0,02$. Wawancara langsung yang dilakukan dengan responden memang menunjukkan bahwa harga yang dijual di apotek wilayah Kota Yogyakarta menganggap bahwa harga yang dijual di apotek standard dan masih dalam batas wajar. Pada penelitian sebelumnya didapatkan hasil *Mean gap* $-0,06$ dengan persentase 98,20% (Nikmatuzaroh, 2018). Pada penelitian sebelumnya didapatkan hasil *Mean gap* $-0,06$ dengan persentase 98,20% (Nikmatuzaroh, 2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh Akhmad pada tahun 2019, didapatkan hasil nilai kualitas pelayanan pada dimensi kehandalan

sebesar 83,15% (Akhmad, 2019).

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Pareraway pada tahun 2017 dalam dimensi kehandalan masih memiliki nilai kesenjangan yang cukup besar antara kenyataan dan harapan konsumen. Nilai terbesar ada pada aspek kecepatan pelayanan obat dengan *gap* sebesar -1,84, dan nilai *gap* terendah ada pada aspek kesiapan petugas untuk melayani konsumen dengan nilai sebesar -0,70 (Pareraway, 2017).

2. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Responsiveness (Daya tanggap) merupakan tanggapan konsumen terhadap kesediaan para pegawai membantu konsumen dan memberikan pelayanan secara tanggap. Pada Tabel 5.16, nilai *gap* dimensi *responsiveness* yang paling besar yaitu mengenai informasi obat yang disampaikan kepada konsumen yang membeli obat di Apotek NH Farma sebesar -0,12 hal ini karena beberapa dari pasien yang datang berkunjung beranggapan bahwa informasi obat yang disampaikan oleh petugas belum cukup lengkap. Berdasarkan data kuesioner yang didapat ada sekitar 11 responden yang memberi skor 3 yang berarti responden atau konsumen hanya diberikan 2 informasi obat saat membeli obat. Informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah mengenai nama obat dan penggunaannya saja, berdasarkan data berikutnya ada 63 responden yang memberikan skor 4 pada aspek ini, hal ini berarti konsumen mendapatkan 3 informasi mengenai obat yang dibeli, kemudian berikutnya ada 20 responden yang memberikan skor 5 karena responden mendapatkan informasi yang lengkap dari petugas apotek yang berjaga. Nilai yang paling kecil mengenai ketanggapan petugas dalam menangani keluhan dari konsumen sebesar -0,03. Pada aspek ketanggapan petugas, pasien beranggapan bahwa petugas sudah cukup tanggap dalam melayani keluhan dari pasien. Apabila dilihat pada Tabel 5.16, kualitas pelayanan dimensi *responsiveness* memiliki mean skor kepuasan sebesar 4,01 dan mean skor harapan sebesar 4,09 sehingga

gap yang terjadi adalah sebesar $-0,08$. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *responsiveness* menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar 98,09%.

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Pareraway, didapatkan hasil nilai *gap* tertinggi ada pada aspek petugas mampu memberikan penyelesaian terhadap keluhan konsumen dengan nilai *gap* $-0,76$ dan nilai *gap* terkecil ada pemberian informasi terkait obat yang dibeli dengan nilai *gap* $-0,04$. Pada penelitian sebelumnya didapatkan *Mean gap* $-0,64$ dengan persentase sebesar 84,5% (Pareraway, 2017).

3. Assurance (Jaminan)

Assurance (Jaminan) merupakan tanggapan konsumen terhadap pengetahuan dan kesopanan petugas apotek sehingga dapat merasa yakin dan percaya pada saat membeli obat. Pada Tabel 5.16, nilai *gap* dimensi *assurance* yang paling besar yaitu mengenai keterampilan dan pengetahuan petugas di Apotek NH Farma sebesar $-0,07$ dan yang paling kecil mengenai obat yang diberikan sesuai dengan yang diminta sebesar 0, dalam hal ini pada aspek pengetahuan dan keterampilan petugas dalam melayani pasien beberapa masih beranggapan bahwa petugas cukup baik dalam aspek ini. Apabila dilihat pada Tabel 5.16, kualitas pelayanan dimensi *assurance* memiliki *mean* skor kepuasan sebesar 4,05 dan *mean* skor harapan sebesar 4,11 sehingga *gap* yang terjadi adalah sebesar $-0,06$. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *assurance* menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar 98,62%. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nikmatuzaroh, didapatkan nilai kesenjangan tertinggi pada aspek petugas mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja dengan nilai *gap* sebesar $-0,10$ dan nilai kesenjangan terkecil ada pada aspek obat yang dibeli terjamin kualitasnya dengan nilai *gap* sebesar $-0,03$. Pada penelitian ini didapatkan hasil *mean gap* sebesar

-0,06 dengan persentase sebesar 98,42% (Nikmatuzaroh, 2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh pada tahun didapatkan nilai gap pada aspek kualitas obat dengan *gap* sebesar -0,6 (Yulia P.R, 2016). Pada penelitian yang dilakukan oleh Akhmad pada tahun 2019, didapatkan hasil nilai kualitas pelayanan pada dimensi jaminan sebesar 87,31% (Akhmad, 2019).

4. *Empathy* (Empati)

Empathy (Empati) merupakan tanggapan konsumen terhadap perhatian secara personal yang diberikan petugas apotek. Pada Tabel 5.16, nilai *gap* dimensi *empathy* yang paling besar yaitu mengenai petugas memberi perhatian kepada konsumen yang datang ke Apotek NH Farma sebesar -0,05 karena dalam aspek ini beberapa pasien merasa perhatian yang diberikan petugas kepada pasien belum cukup baik dan yang paling besar mengenai petugas yang melayani tanpa memandang status sosial dan terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen sebesar 0,01, karena pada aspek ini pasien merasa perhatian yang diberikan oleh petugas sudah baik dan sesuai dengan harapan pasien. Apabila dilihat pada Tabel 5.16, kualitas pelayanan dimensi *empathy* memiliki *mean* skor kepuasan sebesar 4,06 dan *mean* skor harapan sebesar 4,08 sehingga *gap* yang terjadi adalah sebesar -0,02. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *assurance* menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar 99,39%. Pada penelitian sebelumnya didapatkan hasil nilai kesenjangan tertinggi ada pada aspek petugas memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen dengan nilai *gap* sebesar -0,08, dan nilai kesenjangan terkecil ada pada aspek petugas memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial dengan nilai *gap* -0,02. Pada penelitian sebelumnya didapatkan *mean gap* sebesar -0,04 dan persentase sebesar 98,87% (Nikmatuzaroh, 2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh Akhmad pada tahun 2019, didapatkan hasil nilai kualitas pelayanan pada dimensi *Empathy* sebesar 87,83% (Akhmad, 2019).

5. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible (Bukti Fisik) merupakan tanggapan konsumen terhadap bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan. Pada Tabel 5.16, nilai *gap* dimensi *tangible* yang paling kecil yaitu mengenai kebersihan dan kerapihan apotek serta kenyamanan konsumen saat menunggu obat disediakan di Apotek NH Farma sebesar $-0,12$ pada aspek ini pasien atau konsumen merasa bahwa saat menunggu dan melihat kebersihan apotek masih cukup baik, hal ini karena kondisi apotek lumayan ramai karena banyaknya pasien yang datang dan yang paling kecil mengenai lokasi apotek yang strategis dan memiliki papan nama apotek yaitu dengan nilai sebesar $0,04$ karena menurut pasien atau konsumen yang datang ke apotek lokasi apotek sudah baik serta memiliki papan nama yang cukup besar sehingga pasien tidak kesulitan untuk mengetahui lokasi apotek. Apabila dilihat pada Tabel 5.16, kualitas pelayanan dimensi *tangible* memiliki mean skor kepuasan sebesar $4,01$ dan mean skor harapan sebesar $4,07$ sehingga *gap* yang terjadi adalah sebesar $-0,05$. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *tangible* menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar $98,69\%$.

Pada penelitian sebelumnya didapatkan nilai kesenjangan terbesar pada aspek lokasi apotek dengan *gap* $-0,59$ dan nilai kesenjangan terkecil pada aspek petugas menggunakan pakaian yang bersih dan rapih dengan *gap* $-0,5$ (Pareraway, 2017). Pada penelitian yang dilakukan oleh Akhmad pada tahun 2019, didapatkan hasil nilai kualitas pelayanan pada dimensi bukti fisik sebesar $87,82\%$ (Akhmad, 2019).

c. Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi Berdasarkan Diagram Kartesius

Nilai untuk kenyataan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan untuk tiap item dimensi diperoleh rata-rata nilai kenyataan yang diharapkan dan rata-rata nilai layanan yang dirasakan dari masing-

masing item pertanyaan pada tiap dimensi (Tjiptono,2008)

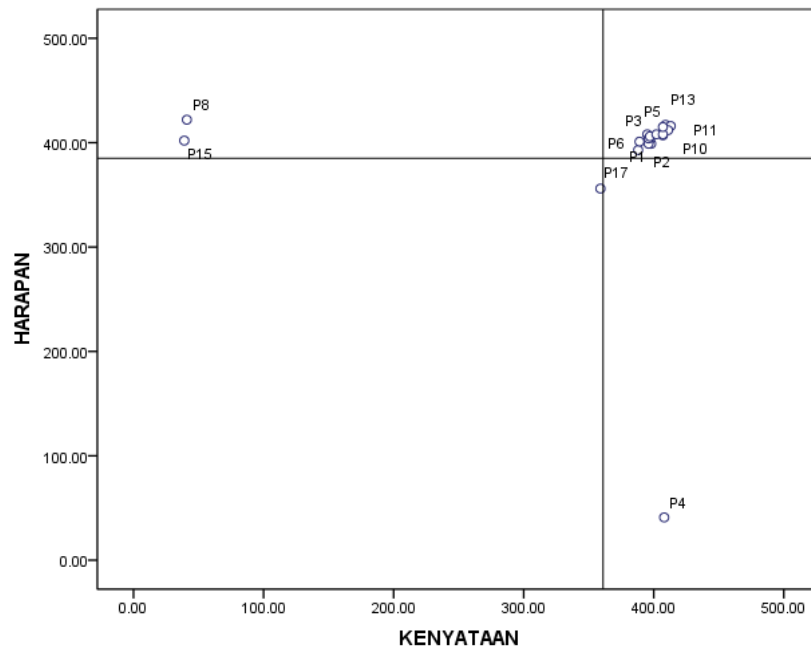
Nilai dari kepuasan layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan serta nilai *gap* dari tiap dimensi ada pada tabel 5.16 berikut :

Tabel 5.17 Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

Dimensi kualitas pelayanan	Kepuasan	Harapan	Gap
Kehandalan	4,03	4,07	-0,04
Ketanggapan	4,01	4,09	-0,08
Jaminan	4,05	4,11	-0,06
Empati	4,06	4,08	-0,02
Bukti fisik	4,01	4,07	-0,05
Rata- rata	4,03	4,08	-0,05

Dari tabel 5.17 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang ada di Apotek NH Farma, dari rata- rata kelima dimensi masih menunjukkan hasil yang minus (-), nilai negatif meunjukkan bahwa kenyataan / pelayanan yang dirasakan oleh responden belum sesuai dengan yang diharapkan oleh responden.

Adapun untuk mengetahui dimensi mana yang akan di prioritaskan untuk diperbaiki maka dapat dilakukan analisa menggunakan diagram kartesius (diagram matrik kepuasan dan kepentingan). Pada diagram ini yang dimaksud dengan kepuasan adalah nilai- nilai kenyataan yang dirasakan dan kepentingan yang dimaksud adalah nilai- nilai pelayanan yang diharapkan.



Gambar 5.2 Diagram Kartesius

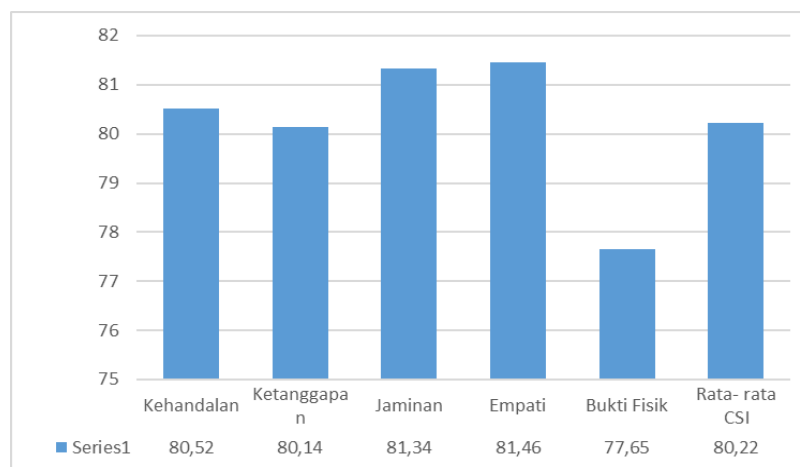
Berdasarkan diagram kartesius pada gambar 5.2 dapat diketahui bahwa pada kuadran I ada 2 pertanyaan yaitu pertanyaan nomor 8 dan pertanyaan nomor 15, pertanyaan nomor 8 ada pada dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan pertanyaan nomor 15 ada pada dimensi *Tangible* (bukti fisik), pada kuadran I menunjukkan bahwa ini merupakan dimensi yang dianggap penting oleh responden sehingga pada kuadran ini merupakan prioritas utama untuk di perbaiki dan ditingkatkan lagi. Pada kuadran II terdapat hampir seluruh pertanyaan dari kelima dimensi yaitu dimensi jaminan, empati, ketanggapan, dan kehandalan yang berarti apotek telah memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik, sehingga aspek pada dimensi ini pelayanannya harus dipertahankan. Pada kuadran III terdapat salah satu aspek dari dimensi bukti fisik yaitu pertanyaan nomor 17 yang terkait dengan lokasi apotek, untuk aspek dimensi yang berada pada kuadran III berarti apotek telah memberikan pelayanan dengan kualitas rendah, sehingga dimensi pelayanan menjadi prioritas rendah. Pada kuadran IV terdapat pertanyaan nomor 4, jika dilihat merupakan kategori yang berlebihan, tetapi penyelenggara pelayanan kesehatan memberikan pelayanan kualitas pelayanan yang baik bagi para pasien yang datang untuk membeli obat di apotek. Jika

dilihat dari tabel 5.2 secara keseluruhan Apotek NH Farma berada pada kuadran II. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya didapatkan hasil kelima dimensi berada pada kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, hasil kerja pelayanan kefarmasian di apotek wilayah Kota Yogyakarta sudah sebanding dengan harapan responden, sejalan dengan hasil rata-rata persentase kepuasan responden yang mencapai angka 98,15% (Nikmatuzaroh, 2018).

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa aspek pada poin pertanyaan nomor 8, nomor 15, dan nomor 17 perlu dibenahi, sedangkan untuk aspek lain yang mencakup kelima dimensi harus dipertahankan atau bila perlu ditingkatkan.

d. Nilai Kualitas Pelayanan Keseluruhan Dengan Metode Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indek untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. *Customer Satisfaction Index* (CSI) memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai lebih.



Gambar 5.3 Persentase Kepuasan Berdasarkan Perhitungan Customer Satisfaction Index

Data pada gambar menunjukkan hasil perhitungan CSI pada dimensi kehandalan sebesar 80,52%. Pada dimensi ketanggapan sebesar 80,14%. Pada dimensi jaminan sebesar 81,34%. Pada dimensi empati sebesar 81,46%. Pada dimensi bukti fisik sebesar 77,65%. Dapat dilihat pada gambar bahwa nilai tertinggi ada pada dimensi empati, dan nilai terendah ada pada dimensi bukti fisik. Kriteria kepuasan konsumen dapat dikatakan sangat puas jika nilai CSI sebesar 81%-100%, dapat dikatakan puas jika nilai CSI sebesar 66%-80. Dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan, kelima dimensi tersebut memiliki nilai total CSI sebesar 80,22%, nilai tersebut masuk dalam kategori puas. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait pelayanan yang dilakukan di apotek wilayah Depok didapatkan hasil persentase secara keseluruhan sebesar 51,82%. Persentase ini jika ditinjau dari kriteria kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berada dalam kategori cukup (Yulia, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nisa dkk pada tahun 2021 di Apotek Ganesha Farma pada dimensi kehandalan didapatkan hasil 70,8%, dimensi ketanggapan didapatkan hasil 68,8%, dimensi jaminan didapatkan hasil 69%, dimensi empati didapatkan hasil 69,8%, dan pada dimensi bukti fisik didapatkan hasil 69,4% dan termasuk dalam kategori puas (Nisa, 2021)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara kepuasan pelayanan terhadap harapan pasien yang mana pada setiap dimensi memiliki keterkaitan. Apabila pada salah satu dimensi memiliki tingkat kepuasan yang rendah maka akan dapat diketahui di mana harus dilakukan perubahan dalam upaya perbaikan secara terus menerus untuk meningkatkan pelayanan sehingga meningkatkan kepuasan pasien terutama hal hal yang dianggap penting oleh pasien. Sedangkan untuk dimensi yang telah memberikan rasa puas maka dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh pihak apotek atau pemilik fasilitas.

Secara keseluruhan pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap pelayanan kefarmasian obat tanpa resep yang ada di Apotek NH Farma yang telah diberikan oleh petugas farmasi di

apotek tersebut.

e. Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Ada Di Apotek NH Farma

Korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan di antara dua variabel, dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan tersebut. Nilai korelasi yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.18 berikut ini:

Tabel 5.18 Tabel nilai korelasi

		kepuasan X	kualitas y
kepuasan_X	Pearson Correlation	1	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	19	19
kualitas_y	Pearson Correlation	.927**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	19	19

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dapat dilihat dari tabel 5.18 hasil (output) Correlations, terlihat bahwa kualitas pelayanan angka korelasinya = 0.927 dan Sig = 0.000. Dapat diketahui bahwa jika tanda korelasi (+) positif maka arah korelasi positif, dan jika nilai koefisien korelasi >0.5 maka dapat dikatakan jika korelasinya sangat kuat. Dari hasil nilai korelasi yang ada dapat diartikan terdapat korelasi yang kuat antara kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas Apotek NH Farma, lalu jika berdasarkan dengan nilai signifikansi yang ada, berarti hipotesis **H₀ ditolak**. Berdasarkan dengan keterangan yang sudah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan jika pada penelitian ini antara kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh petugas apotek NH Farma adanya korelasi yang signifikan antara variabel X₁ dan Y₁. Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ahmad untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen pada Apotek Puji Lestari Majalengka, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.736, dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi sebesar 0.736 tersebut mempunyai arti bahwa hubungan antara

kualitas layanan dan kepuasan konsumen adalah kuat (Kamaludin, 2019).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian tentang Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma berdasarkan nilai kualitas pelayanan yang didapatkan dengan harapan konsumen menunjukkan bahwa dari 94 responden yang datang ke Apotek NH Farma didapatkan nilai dari tiap dimensi berbeda- beda. Pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 99,01%. Pada dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 98,09%. Pada dimensi *Assurance* (Jaminan) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 98,62%. Pada dimensi *Emphaty* (Empati) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 99,39%. Pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) didapatkan 98,69%. Nilai rata-rata tingkat kepuasan dari seluruh dimensi sebesar 98,76%.
2. Hasil penelitian tentang Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma berdasarkan nilai *gap* menunjukkan bahwa dari 94 responden yang datang ke Apotek NH Farma masih terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima oleh responden dengan harapan yang diharapkan. Nilai *gap* yang didapatkan dari tiap dimensi pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) sebesar -0,04, pada dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) sebesar -0,08, pada dimensi *Assurance* (Jaminan) sebesar -0,06. Pada dimensi *Emphaty* (Empati) sebesar -0,02, dan pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) sebesar -0,05. Nilai *gap* rata-rata dari setiap dimensi pada penelitian ini sebesar -0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan jika pelayanan yang ada di apotek NH Farma masih belum sesuai dengan harapan konsumen.
3. Berdasarkan dengan nilai korelasi yang didapatkan maka dapat disimpulkan jika antara kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan

yang telah diberikan oleh petugas apotek NH Farma memiliki hubungan yang signifikan antara variabel X_1 dan Y_1 .

6.2. Saran

1. Berdasarkan kesimpulan pada hasil penelitian ini, maka saran untuk Apotek NH Farma agar mempertahankan kualitas pelayanan yang ada, atau bisa lebih ditingkatkan lagi terutama pada poin-poin yang ada pada kelima dimensi tersebut agar konsumen atau pasien tercapai harapannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada bidang yang sama di Apotek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, A, D., DKK. 2019. *Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame*. Jurnal Farmasi Malahayati Vol 2 No 1
- Astuti Niken K & Kundarto, W. 2018. Analisis Kepuasan Pasien BPJS Rawat Jalan Terhadap Pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit UNS. *Journal of pharmaceutical Science and Clinical Research* Volume 2 hal 84-92.
- Bahem, Nureeyah. 2017. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nur Farma. *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Broto, B E. 2020. *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Rantauprapat*. Volume 7, Nomor 2 (95-108)
- Dianita, P S & Latifah, E. 2017. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Obat Di Apotek Wilayah Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang. *Jurnal Farmasi Sains, Dan Praktis* Volume 3, Nomor 2 (19-23)
- Ismail, Asrul. 2018. *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Tenaga Kefarmasian Di Apotek Wilayah Samata*. JF FIK UINAM Vol.6 No.2 2018
- Ismaya,Dkk. 2020. *Interpretasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Terhadap Kepuasan Konsumen*. Edu Masda Jurnal, Volume 4 No 2
- Iqbal, Mochammad. 2021. *Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Reza Farma Lohbener Indramayu*. Jurnal Farmasi Muhammadiyah Kuningan, Volume 6 No 1
- Irnawati, Diah. 2019. Analisa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kefarmasian di apotek rawat jalan RSUPN DR Cipto Mangunkusumo

- Kencana Jakarta. *Social Clinical Pharmacy Indonesia Journal* Vol 4, No. 2 (2019) pp. 45-53
- Juwita, Dkk. 2019. *Kajian Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Rawat Jalan RSUP DR. M. Djamil Padang*. Jurnal Farmasi Higea, Vol. 11, No. 1
- Kurniawati, Dkk. 2012. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang Alang Merk "PESONA" Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI)*
- Mayefis, Dkk. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Obat Terhadap Kepuasan Pasien Apotek X Kota Padang*. Volume 13, Nomor 2 (202-204)
- Maziyyah, N & Nikmatuzaroh, R E. 2018. *Evaluasi Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Wilayah Kota Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Narendra, Dkk. 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung*. Kartika Jurnal Ilmiah Farmasi Volume 5, nomor 1 (31-37)
- Narulita, Dkk. 2021. *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kimia Farma 36 Ijen*. HERCLIPS (*Journal of Herbal, Clinical and Pharmaceutical Sciences*) , Vol. 03 No. 01
- Nisa, Zarhotun, Dkk. 2021. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Ganesha Farma Kabupaten Lamongan*. Volume 6 No 1 (52-65)
- Novaryatiin, dkk. 2018. *Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di RSUD DR Murjani Sampit*. Jurnal Farmasi Borneo, Volume 1 No 1
- Paramita, Meryana, Dkk. 2016. *Penilaian Kepuasan Konsumenterhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL (Service Qiality) Dan SIX SIGMA (Studi Kasus Pada "Restoran Dahlia" Pasuruan)*. Jurnal Industria Vol 4 No 3 Hal 102-115

- Pareraway, Dkk. 2017. *Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dalam Pelayanan Kefarmasian Di Instalasi Farmasi Rsup Prof. Dr. R. D. Kandou Manado*. Jurnal Ilmiah Farmasi – UNSRAT Vol. 5 No. 4
- Sukamto, Herlinda. 2017. *Evaluasi Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Rawat Jalan Rsup Dr. Wahidin Sudirohusodo Kota Makassar*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Allaudin Makassar.
- Suparto, 2014. *Analisis Korelasi Variable- Variable Yang Mempengaruhi Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi*. Jurnal IPTEK Volume 18 No 2
- Sutopo. J & Widodo, S M. 2018. *Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E Commerce Modul Business To Customer*. Volume 4 Nomor 1 (38-45)
- Wulandari, Wahyu Tri. 2008. *Analisis Kepuasan Konsumenterhadap Pelayanan Obat Di Apotek Kelurahan Wonokarto Kabupaten Wonogiri*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Yulia, P R, Dkk. 2016. *Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek Dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian Yang Berlaku (Studi Kasus Dikota Depok)*. *Jurnal Aplikasi Bisbis Dan Manajemen*, Volume 2 Nomor 3 (312-322)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penilaian Pelayanan Farmasi di Apotek NH Farma

KUESIONER

ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN OBAT TANPA RESEP DI APOTEK NH FARMA PANGKALAN BUN.

Survey ini merupakan survey untuk penulisan skripsi di Program Studi Farmasi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Borneo Cendekia Medika Pangkalan Bun oleh karena itu saya sebagai peneliti akan berterima kasih jika Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bersedia mengisi dan menjawab setiap pertanyaan dengan sukarela.

Beri tanda (✓) pada pilihan yang sesuai

I. Karakteristik Responden

1. Umur

- ☐ Dewasa : usia 18-49 tahun
- ☐ Orang tua : 50 tahun ke atas

2. Jenis kelamin

- ☐ Laki – laki
- ☐ Perempuan

3. Pendidikan :

- ☐ Tidak tamat SD
- ☐ SD
- ☐ SMP
- ☐ SMA
- ☐ Perguruan Tinggi / Akademi

4. Pekerjaan

- ☐ Mahasiswa/mahasiswi
- ☐ Pegawai swasta
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Ibu rumah tangga
- ☐ Pegawai negeri sipil
- ☐ Lain-lain

5. Sudah berapa kali anda datang ke apotek ini :

- ☐ Baru pertama
- ☐ 2kali – 5 kali
- ☐ Lebih dari 5 kali

6. Obat yang anda tebus/beli untuk :

- ☐ Diri sendiri
- ☐ Anak/keluarga
- ☐ Orang lain

7. Keterangan obat yang dibeli :

Lampiran 2 Data Hasil Penilaian Responden

a. Penilaian responden untuk pelayanan yang dirasakan

[illegible]

23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4	3	2	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	4
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
31	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4
32	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
33	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
38	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4
40	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
45	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4
46	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4

[illegible]

87	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
88	5	2	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
n	375	378	383	384	391	376	380	396	382	383	391	383	386	383	379	370	334	377	390

Lampiran 3 Data Responden

No responden	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan
1	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
2	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Baru pertama
3	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	2-5 kali
4	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	Baru pertama
5	Laki – laki	SMA	Lain- lain	>5 kali
6	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
7	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	>5 kali
8	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	2-5 kali
9	Laki – laki	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
10	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
11	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	Baru pertama
12	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Baru pertama
13	Laki – laki	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
14	Laki – laki	Tidak tamat SD	Lain- lain	Baru pertama
15	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	2-5 kali
16	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
17	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
18	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
19	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	2-5 kali
20	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	>5 kali
21	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	2-5 kali
22	Perempuan	SMA	Wiraswasta	2-5 kali

Lampiran 3 Data Responden (lanjutan)

No responden	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan
23	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
24	Laki – laki	SMA	Pegawai Swasta	Baru pertama
25	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
26	Perempuan	SMA	Lain- lain	Baru pertama
27	Laki – laki	SMA	Wiraswasta	2-5 kali
28	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
29	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	>5 kali
30	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	2-5 kali
31	Laki – laki	SMP	Lain- lain	Baru pertama
32	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
33	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	2-5 kali
34	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	>5 kali
35	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	2-5 kali
36	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
37	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
38	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
39	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	2-5 kali
40	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
41	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
42	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	>5 kali

Lampiran 3 Data Responden (lanjutan)

No responden	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan
43	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
44	Laki – laki	SMA	Wiraswasta	>5 kali
45	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
46	Perempuan	Tidak tamat SD	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
47	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
48	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	>5 kali
49	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	Baru pertama
50	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	>5 kali
51	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	2-5 kali
52	Perempuan	SMA	Wiraswasta	>5 kali
53	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
54	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
55	Laki – laki	SMA	Pegawai Swasta	Baru pertama
56	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
57	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	2-5 kali
58	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
59	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
60	Laki – laki	SMA	Lain- lain	>5 kali
61	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	2-5 kali
62	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
63	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Baru pertama
64	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama

Lampiran 3 Data Responden (lanjutan)

No responden	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan
65	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	2-5 kali
66	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	>5 kali
67	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
68	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
69	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	>5 kali
70	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	2-5 kali
71	Laki – laki	SMA	Lain- lain	>5 kali
72	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Wiraswasta	2-5 kali
73	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	>5 kali
74	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
75	Laki – laki	SMA	Lain- lain	>5 kali
76	Laki – laki	SMA	Lain- lain	Baru pertama
77	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Pegawai Negeri Sipil	>5 kali
78	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	2-5 kali
79	Perempuan	SMA	Lain- lain	Baru pertama
80	Perempuan	SMA	Lain- lain	>5 kali
81	Perempuan	SMA	Mahasiswa/i	>5 kali
82	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	>5 kali
83	Laki – laki	SMA	Mahasiswa/i	Baru pertama
84	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga	>5 kali
85	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali

Lampiran 3 Data Responden (lanjutan)

No responden	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah kunjungan
86	Laki – laki	Perguruan Tinggi/ Akademi	Lain- lain	2-5 kali
87	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga	Baru pertama
88	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
89	Perempuan	SMA	Lain- lain	2-5 kali
90	Perempuan	Perguruan Tinggi/ Akademi	Ibu Rumah Tangga	2-5 kali
91	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali
92	Laki – laki	SMA	Lain- lain	2-5 kali
93	Laki – laki	SMP	Lain- lain	Baru pertama
94	Laki – laki	SMA	Pegawai Swasta	>5 kali

Lampiran 4 Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas Kuesioner

Hasil Uji Validitas Kuesioner

Dimensi	Pertanyaan	r Hitung	>	r Tabel	Kesimpulan
Kehandalan (Reliability)	<i>Reliability 1</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 2</i>	0,637	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 3</i>	0,626	>	0,423	Valid
	<i>Reliability 4</i>	0,693	>	0,423	Valid

	<i>Reliability 5</i>	0,693	>	0,423	Valid
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	<i>Responsiveness 6</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Responsiveness 7</i>	0,547	>	0,423	Valid
	<i>Responsiveness 8</i>	0,458	>	0,423	Valid
	<i>Asurance 9</i>	0,733	>	0,423	Valid
Jaminan (<i>Asurance</i>)	<i>Asurance 10</i>	0,840	>	0,423	Valid
	<i>Asurance 11</i>	0,948	>	0,423	Valid
	<i>Emphaty 12</i>	0,948	>	0,423	Valid
Empati (<i>Emphaty</i>)	<i>Emphaty 13</i>	0,689	>	0,423	Valid
	<i>Emphaty 14</i>	0,948	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 15</i>	0,516	>	0,423	Valid
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	<i>Tangible 16</i>	0,733	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 17</i>	0,453	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 18</i>	0,677	>	0,423	Valid
	<i>Tangible 19</i>	0,787	>	0,423	Valid

Hasil Reliabilitas Kuesioner

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.927	19

Lampiran 5 Hasil Uji Korelasi Pada Penelitian

Correlations			
		kepuasan_X	kualitas_y
kepuasan_X	Pearson Correlation	1	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	19	19

kualitas_y	Pearson Correlation	.927**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	19	19

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).