

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DI APOTEK KIMIA FARMA GATOT SUBROTO BANDUNG

Made Pasek Narendra, Oskar Skarayadi, Melkyanto Duda, Putranti Adirestuti

Fakultas Farmasi, Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia

Corresponding author e-mail: skarayadi@gmail.com

### ABSTRAK

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian yang tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh apoteker. Pelayanan yang berbeda akan memberikan dampak yang sangat berarti bagi suatu apotek. Salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan pelayanan kefarmasian di apotek adalah dengan studi kepuasan pelanggan. Kepuasan tercapai apabila jasa dan produk yang dipilih dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui atribut dari seluruh dimensi kualitas pelayanan dan memilih yang mana yang akan diprioritaskan untuk memperbaiki layanan di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. Penelitian menggunakan metode *cross sectional* dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* terhadap 50 orang pasien yang membeli resep dan Upaya pengobatan Diri Sendiri (UPDS) di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. Skala Likert digunakan sebagai instrumen penelitian. Tingkat kepuasan pelanggan diukur menggunakan model SERVQUAL (*Service Quality*) terhadap 5 dimensi kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi *responsiveness* (kesenjangan -0,244 atau tingkat kepuasan 94,58 %); atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah karyawan mengucapkan selamat datang di Apotek Kimia Farma saat konsumen memasuki apotek (kesenjangan -0,092 atau tingkat kepuasan (97,87 %). Dimensi *assurance* merupakan dimensi yang paling memerlukan perbaikan karena tingkat kesesuaiannya terendah diantara yang lain yaitu 88,045 % dengan nilai kesenjangan -0,552. Dari seluruh dimensi atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki adalah pada dimensi 4 *assurance* yaitu obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di apotek dengan gap (-1,000) dan tingkat kesesuaian 78,11%). Atribut yang terpetakan pada diagram Kartesius terbanyak adalah pada kuadran II yang menunjukkan kualitas layanan Apotek Kimia Farma Gatot Subroto menunjukkan cukup baik.

**Kata kunci :** Apotek, dimensi kualitas layanan, kepuasan pelanggan

### PENDAHULUAN

Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker untuk menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek, maka harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian. Di era globalisasi saat ini, persaingan apotek yang berasal dari dalam negeri maupun pemilik sarana apotek Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang masuk ke Indonesia semakin tak terelakkan. Selain itu, deregulasi tentang pendirian apotek, tingginya permintaan konsumen terhadap obat dan banyaknya jumlah apoteker juga menjadi faktor pemicu semakin banyaknya jumlah apotek. Secara tidak langsung, persaingan bisnis antar apotek semakin ketat demi memperoleh jumlah pelanggan semaksimal mungkin.

Produk yang ditawarkan suatu apotek hampir serupa dengan yang ditawarkan oleh apotek lain, sehingga pelanggan dapat langsung melakukan

perbandingan atas produk dan kualitas pelayanan apotek. Oleh karena itu, setiap apotek berlomba untuk memberikan pelayanan terbaik. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di apotek adalah dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan (Leebov, 1994).

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang dihasilkan (Kotler, 2007).

Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penelitian evaluatif pasca pemilihan barang atau jasa dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut (Mowen, 2002).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya

hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, laba yang diperoleh meningkat (Tjiptono, 2003). Kepuasan pelanggan yang belum tercapai, seharusnya menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek (Krowinski, 1996).

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan no. 35 tahun 2014 (Permenkes 2014), untuk menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek, harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian. Terkait dengan pelayanan kefarmasian di apotek perlu dilakukan evaluasi mutu pelayanan farmasi klinik dengan metode survey yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Salah satu model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) dengan cara membuat penilaian kepuasan pelanggan secara komprehensif bagi pelayanan di bidang barang dan jasa yang mengutamakan aspek pelayanan. Analisis kepuasan pelanggan dilakukan pada lima dimensi kualitas layanan, yang sering disingkat dengan sebutan RATER, yaitu : (1) *Responsiveness*, (2) *Assurance*, (3) *Tangibles*, (4) *Empathy*, dan (5) *Reliability* (Parasuraman, 1988). Pengukuran kepuasan pelanggan bertujuan untuk mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan apotek pada pelanggannya (Krowinski, 1996).

Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung, yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kefarmasian menjadi lebih baik, maka dilakukan penelitian di Apotek

Aspek-aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, antara lain kinerja (*Performance*), Harapan (*Expectation*), Kesesuaian (*Comparism*), Penegasan (*Confirmation* atau *Disconfirmation*), dan ketidaksesuaian (*Discrepancy*). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain pelayanan, produk, biaya dan kemudahan, emosi (Kotler, 2003).

**Model SERVQUAL (*Service Quality*).** Kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja pelayanan. Salah satu model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) dengan cara

membuat penilaian kepuasan pelanggan secara komprehensif bagi pelayanan dibidang barang dan jasa yang mengutamakan aspek pelayanan. Terdapat lima dimensi *Service Quality* yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, dimensi-dimensi (Parasuraman, 1988) tersebut adalah sebagai berikut kehandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti fisik (*Tangibles*).

## METODE PENELITIAN

**Metode Penelitian.** Penelitian ini merupakan studi retrospektif dengan metode *cross sectional* dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* terhadap 50 orang pasien yang membeli resep dan UPDS di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. Sampel adalah seluruh resep dan UPDS yang berkunjung ke Apotek Kimia Farma Gatot Subroto pada tanggal 19-21 September 2016

**Sumber dan Pengambilan Data.** Pengumpulan data pasien bersumber dari data kuesioner pasien pasien yang membeli resep dan UPDS di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. Pengambilan data dilakukan selama 3 hari (19 – 21 September 2016), proses pengambilan data dilakukan secara *purposive sampling* kepada pasien yang memenuhi kriteria inklusi.

**Populasi Penelitian.** Sampel penelitian adalah pasien atau orang yang mewakili pasien untuk datang ke apotek dengan kriteria inklusi pelanggan/pasien yang membeli resep dan UPDS (Usaha Pengobatan Diri Sendiri) sudah pernah datang (lebih dari sekali) ke apotek, bersedia menjadi responden dan berusia 18 tahun, kriteria eksklusi tidak bersedia menjadi responden. Berdasarkan Rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel minimum diperoleh hasil 33 pasien untuk penelitian selama 3 hari. Tetapi dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 50 responden.

**Pengolahan Data.** Penelitian ini menggunakan 2 bagian instrumen kuesioner yang terdiri kuesioner pendahuluan yang berisi pernyataan mengenai karakteristik responden dan kuesioner mengenai harapan (ekspektasi) dan persepsi responden atas layanan yang diterima. Alat ukur yang digunakan adalah instrumen SERVQUAL dalam bentuk kuesioner dalam Skala Likert yang diadopsi dari Parasuraman (Parasuraman, 1994).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang memenuhi kriteria inklusi untuk diolah lebih lanjut adalah sebanyak 50 responden. Keadaan sosiodemografi dan karakteristik responden terlihat seperti pada tabel 1.

Tabel 1 Sosiodemografi dan karakteristik responden

Sosiodemografi dan Karakteristik Responden	Frekuensi	Total (%)
<b>Usia</b>		
19-20 tahun	11	22
21-30 tahun	12	24
31-40 tahun	15	30
41-50 tahun	9	18
51-60 tahun	2	4
> 60 tahun	1	2
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	23	46
Perempuan	27	54
<b>Pendidikan terakhir</b>		
SD/SMP	2	4
SMA	23	46
D1/D3	6	12
S1	15	30
S2	3	6
S3	1	2
<b>Pekerjaan</b>		
PNS	4	8
Pegawai Swasta	17	34
Wiraswasta	5	10
Ibu Rumah Tangga	8	16
Pelajar/Mahasiswa	14	28
Lainnya	2	4
<b>Jarak lokasi tinggal ke apotek</b>		
1-5 km	34	68
6-10 km	5	10
11-15 km	4	8
16-20 km	5	10
21-25 km	2	4
<b>Penghasilan setiap bulan</b>		
< 1.000.000	13	26
1.000.000 – 3.000.000	14	28
3.000.000 – 5.000.000	13	26
5.000.000 – 10.000.000	8	16
> 10.000.000	2	4
<b>Transportasi ke apotek</b>		
Kendaraan umum	2	4
Kendaraan pribadi	43	86
Berjalan kaki	5	10

Responden yang memenuhi kriteria inklusi penelitian didominasi oleh perempuan (54%), rentang usia 31-40 tahun (30%), pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (46%), pegawai swasta (34%), jarak lokasi tinggal ke apotek 1-5 Km (68%), penghasilan perbulan satu juta rupiah hingga tiga juta rupiah (28%). Transportasi ke

apotek menggunakan kendaraan pribadi (86%), sehingga lahan parkir perlu diperhatikan karena banyak pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi dan kecepatan layanan juga perlu diperhatikan agar dapat memaksimalkan lahan parkir yang tersedia

## Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis *Gap* (kesenjangan).

Berdasarkan hasil analisis *gap* antara persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan Apotek Kimia Farma yang diteliti, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Atribut dari dimensi *Responsiveness* yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan apotek sigap dalam menanggapi permintaan konsumen (gap -0,408 dan tingkat kesesuaian 91,066%), karyawan mengucapkan selamat datang di Kimia Farma merupakan tingkat kepuasan yang tertinggi (gap -0,092 dan tingkat kesesuaian 97,87%).
2. Atribut dari dimensi *Assurance* yang menjadi indikator prioritas tinggi yaitu obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di apotek dengan gap (-1,000) dan tingkat kesesuaian 78,11% , tingkat kepuasan tertinggi dari dimensi ini adalah obat yang dijual (gap -0,27 dan tingkat kesesuaian 95,01%%)
3. Atribut dari dimensi *Tangible* yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah pakaian karyawan apotek rapi dengan gap (-0,639 dan tingkat kesesuaian 85,976%), sedangkan kepuasan tertinggi di dimensi ini adalah apotek mudah dijangkau oleh konsumen (gap -0,292 dan tingkat kesesuaian 93,55%)
4. Atribut dari dimensi *Empathy* yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen dengan gap -0,417 dan tingkat kesesuaian 91,15%. Sedangkan tingkat kepuasan tertinggi pada dimensi ini adalah karyawan melakukan 3 S dengan gap (0,33) dan tingkat kesesuaian 92,85%

Tabel 2 Nilai Rata-Rata Atribut SERVQUAL Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung

No.	Kode Atribut	Dimensi dan Atribut Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> )	Rata-rata		Kesenjangan (x-y)	Tingkat kesesuaian (%)
			Kenyataan (x)	Harapan (y)		
<b>Dimensi Responsiveness</b>						
1.	ARes1	Karyawan apotek mengucapkan "Selamat datang di Kimia Farma" saat konsumen memasuki apotek	4,250	4,342	-0,092	97,879
2	Ares2	Karyawan apotek mengucapkan "terimakasih, semoga sehat selalu" saat konsumen selesai melakukan transaksi apotek	4,316	4,474	-0,158	96,471
3	ARes3	Karyawan apotek menawarkan bantuan kepada konsumen	4,289	4,539	-0,250	94,493
4	ARes4	Karyawan apotek sigap dalam menanggapi permintaan konsumen	4,158	4,566	-0,408	91,066
5	ARes5	Karyawan apotek merekomendasikan obat yang sesuai	4,197	4,513	-0,316	93,003
<b>Dimensi Assurance</b>						
1	Ass1	Obat yang dijual asli	4,500	4,736	-0,236	95,015
2	Ass2	Obat yang dijual tidak kadaluarsa	4,472	4,750	-0,278	94,152
3	Ass3	Informasi obat disampaikan oleh apoteker	3,931	4,625	-0,694	84,895
4	Ass4	Obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di apotek	3,569	4,569	-1,000	78,116
5	Ass5	Pelayanan obat bukan racikan tidak lebih dari 15 menit	4,083	4,556	-0,472	89,634
<b>Dimensi Tangible</b>						
1	AT1	Apotek mudah dijangkau oleh konsumen	4,236	4,528	-0,292	93,558
2	AT2	Tempat parkir apotek memadai	4,111	4,472	-0,361	91,926
3	AT3	Ruang tunggu apotek bersih	4,250	4,528	-0,278	93,865
4	AT4	Pakaian karyawan apotek rapih	3,917	4,556	-0,639	85,976
5	AT5	Toilet di apotek bersih	3,986	4,569	-0,583	87,234
<b>Dimensi Empathy</b>						
1	AE1	Karyawan apotek tidak membedakan status sosial pasien	4,292	4,653	-0,361	92,239
2	AE2	Karyawan apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen	4,292	4,708	-0,417	91,150
3	AE3	Karyawan apotek mendengarkan kebutuhan konsumen	4,319	4,653	-0,333	92,836
4	AE4	Karyawan apotek melakukan 3S (Senyum, Sapa, Senyum)	4,333	4,667	-0,333	92,857
5	AE5	Pelayanan karyawan apotek sopan	4,319	4,681	-0,361	92,285
<b>Dimensi Reability</b>						
1	AR1	Karyawan apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen	4,264	4,625	-0,361	92,192
2	AR2	Karyawan apotek memberi saran rekomendasi produk yang sesuai kepada konsumen UPDS (Upaya Pengobatan Diri Sendiri)	4,268	4,597	-0,389	91,541
3	AR3	Karyawan apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan	4,153	4,694	-0,542	88,462
4	AR4	Karyawan apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia	4,139	4,611	-0,472	89,759
5	AR5	Bahasa yang digunakan karyawan apotek mudah dimengerti	4,292	4,611	-0,319	93,072

5. Atribut dari dimensi *Reliability* yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan dengan gap -0,542 dan tingkat kesesuaian 88,462%. Sedangkan tingkat kepuasan tertinggi adalah karyawan apotek mampu berkomunikasi baik dengan konsumen (gap -0,361 dan tingkat kesesuaian 92,19%).

Dari seluruh dimensi atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki adalah pada dimensi 4 assurance yaitu obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di apotek dengan gap (-1,000) dan tingkat kesesuaian 78,11%.

Tabel 3 Nilai Rata-rata Kesenjangan dan tingkat kesesuaian dimensi Servqual

Dimensi	Kesenjangan	Tingkat Kesesuaian(%)
Responsiveness	(-0,245)	94,582
Assurance	(-0,552)	88,045
Tangible	(-0,431)	90,512
Empathy	(-0,361)	92,273
Reability	(-0,431)	90,732

Tabel 3 menunjukkan dimensi *assurance* merupakan dimensi yang paling memerlukan perbaikan karena tingkat kesesuaiannya terendah diantara yang lain yaitu 88,045 % dengan nilai kesenjangan -0,552

### Analisis Diagram Kartesius

Tabel 4 Distribusi Tiap Atribut Dimensi *Responsiveness*

Kuadran	Kode Atribut
I	ARes 4, ARes 5
II	ARes 3
III	-
IV	Ares 1, Ares 2

Hasil pemetaan seluruh atribut kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada dimensi *Responsiveness* ditunjukkan pada Tabel 4, menunjukkan pemetaan hasil distribusi tiap atribut dimensi *Responsiveness*. Atribut pada dimensi ini yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan apotek sigap dalam menanggapi permintaan konsumen dan karyawan apotek merekomendasikan obat yang sesuai. Hal ini dapat diatasi dengan cara meningkatkan kesiapan karyawan Apotek dalam menanggapi permintaan konsumen serta karyawan Apotek harus meningkatkan

pengetahuan klinis dan produk sehingga dapat merekomendasikan obat yang sesuai untuk kebutuhan konsumen.

Tabel 5 Distribusi Tiap Atribut Dimensi *Assurance*

Kuadran	Kode Atribut
I	-
II	Ass 2, Ass 1
III	Ass 4, Ass 3, Ass 5
IV	-

Hasil pemetaan seluruh atribut kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada dimensi *Assurance* ditunjukkan pada Tabel 5 menunjukkan pemetaan hasil distribusi tiap atribut dimensi *Assurance*. Atribut pada dimensi ini yang menjadi indikator pr ioritas tinggi untuk perbaikan tidak ada. Namun untuk ke depannya kemungkinan harapan Ass4 (Obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di Apotek), Ass3 (Informasi obat yang disampaikan oleh Apoteker), Ass5 (Pelayanan obat bukan racikan tidak lebih dari 15 menit).

Tabel 6 Distribusi Tiap Atribut Dimensi *Tangible*

Kuadran	Kode Atribut
I	AT4, AT5
II	-
III	-
IV	AT1, AT2, AT3

Hasil pemetaan seluruh atribut kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada dimensi *Tangible* ditunjukkan pada Tabel 6 menunjukkan pemetaan hasil distribusi tiap atribut dimensi *Tangible*. Atribut pada dimensi ini yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah pakaian karyawan rapi dan toilet di apotek bersih. Hal ini dapat diatasi dengan cara meningkatkan kedisiplinan berpakaian karyawan dan dilakukan pembersihan dan pemeriksaan berkala pada toilet.

Tabel 7 Distribusi Tiap Atribut Dimensi *Empathy*

Kuadran	Kode Atribut
I	AE2
II	AE5
III	AE1
IV	AE3,AE4

Tabel 7 menunjukkan pemetaan hasil distribusi tiap atribut dimensi *Emphaty*. Atribut pada dimensi ini yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan Apotek memberikan perhatian setiap keluhan konsumen, dan yang menjadi indikator rendah untuk perbaikan adalah karyawan apotek tidak membedakan status sosial pasien.

Hasil pemetaan seluruh atribut kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada dimensi *Reliability* ditunjukkan pada Tabel 8.

Tabel 8 Distribusi Tiap Atribut Dimensi *Reliability*

Kuadran	Kode Atribut
I	AR3
II	
III	AR4
IV	AR1,AR2,AR5

Tabel 8 menunjukkan pemetaan hasil distribusi tiap atribut dimensi *Reliability*. Atribut pada dimensi ini yang menjadi indikator prioritas tinggi untuk perbaikan adalah karyawan Apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan, dan yang menjadi indikator rendah untuk perbaikan adalah karyawan apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan tidak tersedia.

Hasil pemetaan seluruh atribut kualitas pelayanan (SERVQUAL) ditunjukkan pada Tabel 9

Tabel 9 Distribusi Kuadran Tiap Atribut

Kuadran	Kode Atribut
I	AR3,AR4,Ass3
II	Ass1, Ass2, AE1, AE2, AE3, AE4, AE5, AR1, AR2, AR5
III	Ass4, Ass5, AT2, AT3, AT4, ARes 4, ARes5
IV	ARes1, ARes2, ARes3, AT1, AT3

Dari Tabel 9, dapat dilihat bahwa atribut lebih banyak terpetakan pada kuadran II, yang artinya pelayanan yang diterima memenuhi harapan pelanggan. Secara keseluruhan atribut yang terpetakan pada kuadran II jumlahnya paling banyak, diikuti kuadran III, kuadran IV, dan kuadran I. Hal ini menunjukkan kualitas layanan Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung menunjukkan kinerja cukup baik dan terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan pada

kuadran I. Atribut yang termasuk kedalam kuadran I adalah :

1. AR3 : Karyawan Apotek dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai obat-obatan.
2. AR4 : Karyawan Apotek dapat memberikan solusi bila obat yang dibutuhkan, tidak tersedia.
3. Ass3 : Informasi obat disampaikan oleh Apoteker.

Dari seluruh dimensi atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah pada dimensi *Assurance* dengan atribut *Assurance ke-4* (Ass4) yaitu obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di Apotek. Hal ini dapat diperbaiki dengan cara melengkapi ketersediaan obat di Apotek sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

## KESIMPULAN

Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi *responsiveness*; atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah karyawan mengucapkan selamat datang di Apotek Kimia Farma saat konsumen memasuki apotek. Dimensi yang paling memerlukan perbaikan adalah *dimensi assurance*, dimensi ini memiliki tingkat kesesuaian terendah dibandingkan dimensi yang lain. Dari seluruh dimensi atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki adalah pada dimensi 4 *assurance* yaitu obat yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di apotek. Atribut yang terpetakan pada diagram Kartesius terbanyak adalah pada kuadran II yang menunjukkan kualitas layanan Apotek Kimia Farma Gatot Subroto menunjukkan cukup baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kemendes RI Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan No. 35 Tahun 2014 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Krowinski W. 1996. Satisfaction Managing and Measuring Patient Satisfaction. American Hospital Publishing, USA.
- Leebov W and Scott Gail. 1994. Service Quality Improvement ; The Customer Satisfaction

- Stategy for Health Care. American Hospital Publishing, Inc.
- Tjiptono, Fandy. 2003. Total Quality Service Yogyakarta:Andi Offset
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga
- Strauss B, Neuhaus.P 1997, Total Quality Service, Yogyakarta, Andi Offset