



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

Nurya Indah Lestari<sup>1</sup>; Poppy Dwi Citra Januari<sup>2</sup>; Mawaqit Makani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa farmasi STIKes Borneo Cendekia Medika

<sup>2,3</sup>Dosen Farmasi, STIKes Borneo Cendekia Medika

Email korespondensi : [nuryandh@gmail.com](mailto:nuryandh@gmail.com)

### 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.

### ABSTRACT

**Introduction:** 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.

**Keywords:** Level of satisfaction, Service Quality, Customer Satisfaction Index, Analytical Descriptive.

## **PENDAHULUAN**

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). 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).

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. Kepuasan konsumen diartikan sebagai derajat kepuasan konsumen yang muncul diakibatkan dari kinerja pelayanan yang didapatkan, sehingga konsumen membandingkan dengan suatu hal yang diinginkan. Pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana

seseorang mempersepsikan sesuatu. Persepsi merupakan proses identifikasi suatu hal mempergunakan panca indera (Drever, 2010).

Harapan merupakan 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. 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.

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).

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.

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).

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti ingin melaksanakan 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.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik yang sifatnya observasional. 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.

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).

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. 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.

Populasi pada penelitian yaitu semua pasien yang mendapatkan pelayanan kefarmasian berdasarkan obat tanpa resep di apotek NH Farma Pangkalan Bun. Sampel pada penelitian yaitu pasien yang mendapat layanan kefarmasian berdasarkan obat tanpa resep di apotek NH Farma sebanyak 94 responden.

Pada penelitian ini responden diminta untuk mengisi lembar

kuesioner yang terdiri dari 19 pertanyaan terkait 5 dimensi yang terdapat pada (SERVQUAL) kepuasan pelayanan menggunakan penilaian skor dengan range 1-5. Adapun 5 dimensi yang ada adalah dimensi Keandalan (*Reability*), ketanggapan (*Responsiveness*), Empati (*Emphaty*), Jaminan (*Assurance*), dan Sarana fisik (*Tangible*).

Pada lembar kuesioner terdapat 2 penilaian yaitu penilai terhadap apa yang dirasakan oleh konsumen, dan penilaian terkait pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Data hasil yang didapatkan akan diolah menggunakan spss untuk mendapatkan hasil yang ingin diketahui. Hasil terlihat dalam bentuk tabel dan grafik yang nantinya akan menggambarkan hasil dari penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **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.

### **Berdasarkan Pendidikan**

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

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%

**Gambar 1.** Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan pada gambar 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).

### Berdasarkan Jenis Kelamin

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

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

**Gambar 2.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 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 (Talinanti, 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).

### Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

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

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

**Gambar 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

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.

### 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. Nilai dari kepuasan layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan serta nilai *gap* dari tiap

dimensi ada pada gambar dibawah ini:

Dimensi kualitas pelayanan	Kepuasan	Harapan	Gap	TKI
Kehandalan	4,03	4,07	-0,04	99,01%
Ketercapaian	4,01	4,09	-0,08	98,09%
Jaminan	4,05	4,11	-0,06	98,62%
Empati	4,06	4,08	-0,02	99,19%
Bukti Fisik	4,01	4,07	-0,05	98,69%
Rata-rata	4,03	4,08	-0,05	98,76%

**Gambar 4.** Hasil Nilai Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

#### 1. *Reliability* (Kehandalan)

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%.

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)

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)

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)

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)

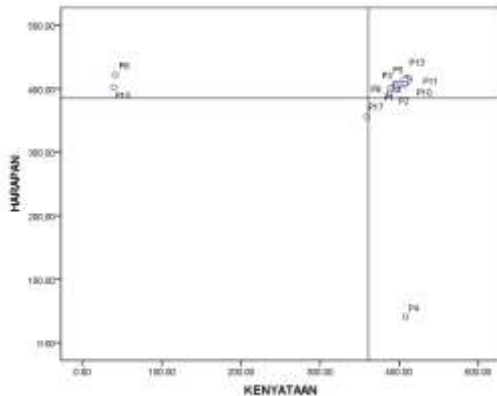
Kualitas pelayanan dimensi *tangible* memiliki *mean* skor kepuasan sebesar 4,01 dan *mean* skor harapan sebesar 4,07 sehingga *gap* yang terjadi adalah sebesar -0,05. *Mean* yang dihasilkan dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada dimensi *tangible* menghasilkan nilai kualitas pelayanan sebesar 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).

Dapat diketahui dari gambar diatas 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.** Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram kartesius pada gambar 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 penyelemggara 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.

### **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 gambar berikut ini:

		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).

**Gambar 6.** Nilai Korelasi

Dapat dilihat dari gambar diatas 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 **H<sub>0</sub> 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 X<sub>1</sub> dan Y<sub>1</sub>. 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).

## KESIMPULAN DAN SARAN

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%.

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.

Berdasarkan penelitian yang telah 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. 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
- 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.
- 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)
- 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
- 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 Bisnis Dan Manajemen*, Volume 2 Nomor 3 (312-322)