

SKRIPSI
HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN OBAT NON RESEP
DI APOTEK GRYA CANDRA KLUNGKUNG
TAHUN 2025



BALI DWIPA
UNIVERSITY

NI PUTU JUNI WIDIANTARI

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BALI DWIPA
DENPASAR
2025

SKRIPSI
HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN OBAT NON RESEP
DI APOTEK GRYA CANDRA KLUNGKUNG
TAHUN 2025



BALI DWIPA
UNIVERSITY

NI PUTU JUNI WIDIANTARI

5521008

PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BALI DWIPA
DENPASAR
2025

HALAMAN PRASYARAT GELAR

**HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN OBAT NON RESEP
DI APOTEK GRYA CANDRA KLUNGKUNG
TAHUN 2025**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Program Studi Farmasi, Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan
Universitas Bali Dwipa

Ni Putu Juni Widiantari

NIM 5521008

PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BALI DWIPA
DENPASAR

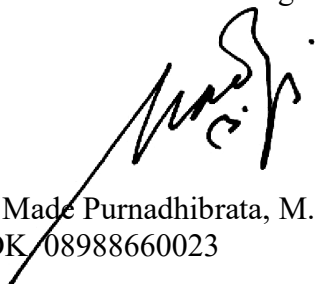
2025

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Lembar Pengesahan


SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
PADA TANGGAL 10 FEBRUARI 2025

Pembimbing I



Ir. I Made Purnadhibrata, M. Kes.
NIDK. 08988660023


Pembimbing II



apt. Ni Putu Padmaningsih, S. Farm., M.M.
NIDN. 0820109201

Mengetahui,

Koordinator
Program Studi Farmasi



apt. Angelia Wulansari B, S. Farm., M.M.
NIDN. 0824058901

Dekan
Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan



Ni Putu Sri Arnita, S.Pd., M.Erg.
NIDN. 0808039601

HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi Ini Telah Diuji dan Dinilai oleh Panitia Penguji
pada Tanggal 10 Februari 2025

Berdasarkan SK Dekan Universitas Bali Dwipa Nomor: 003/UBD/FTIK-08/I/2025

Tanggal 7 Februari 2025

Ketua : Ir. I Made Purnadhibrata, M. Kes.

Anggota :

1. apt. Ni Putu Padmaningsih, S. Farm., M.M.
2. apt. Angelia Wulansari B, S. Farm., M.M.

HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep Di Apotek Grya Candra Klungkung Tahun 2025". Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Farmasi, Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan, Universitas Bali Dwipa.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Ir. I Made Purnadhibrata, M. Kes. selaku Pembimbing I yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, semangat, bimbingan, dan saran selama penulis mengikuti program sarjana, khususnya dalam penyelesaian proposal skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya pula penulis sampaikan kepada ibu apt. Ni Putu Padmaningsih, S. Farm., M.M. selaku Pembimbing II yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan bimbingan serta saran kepada penulis.

Ucapan terima kasih ini juga ditujukan kepada Rektor Universitas Bali Dwipa ibu Dr. Ir Ketut Suriasih, M.App.Sc. atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Universitas Bali Dwipa. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Dekan Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan yang dijabat oleh ibu Ni Putu Sri Arnita, S.Pd, M.Erg. atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menjadi mahasiswa Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan, Universitas Bali Dwipa. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada ibu apt. Angelia Wulansari Budiman, S. Farm., M.M. selaku Koordinator Program Studi Farmasi yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan serta memberikan saran kepada penulis di dalam menyusun proposal skripsi ini. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan pula kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen, pegawai, serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi Farmasi, yang telah banyak membantu penulis selama proses studi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada konsumen Apotek Grya Candra yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada pihak Apotek Grya Candra Klungkung yang telah memberikan izin dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada ibu tercinta, Ni Ketut Kantri dan bapak tercinta, I Nyoman Widiassa atas doa, dukungan, bantuan materi serta serta perhatiannya selama penulis menempuh studi. Terima kasih juga disampaikan kepada adik tercinta I Made Wijaya Putra atas dukungan yang diberikan.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Kak Kamalia Kondo dan Linda Djyanti Simson atas dukungan, bantuan yang diberikan, serta kesediaannya menjadi tempat berbagi selama proses studi. Terima kasih juga kepada Kak Vania , rekan seperjuangan yang selalu saling mendukung. Terima kasih juga penulis tujukan kepada sahabat tercinta Brinda Astilia, Dek Yustika, dan Diana Ursula atas dukungan, doa, bantuan, dan perhatian yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, serta kepada penulis sekeluarga.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Denpasar, 5 Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN OBAT NON RESEP DI APOTEK GRYA CANDRA KLUNGKUNG TAHUN 2025

Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Mutu kualitas pelayanan kefarmasian dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen baru akan merasa puas apabila kinerja layanan kesehatan yang diperoleh sama atau melebihi harapannya. Sebaliknya, ketidakpuasan konsumen akan muncul apabila kinerja layanan kesehatan yang diperoleh itu tidak sesuai dengan harapannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung tahun 2025.

Penelitian merupakan penelitian deskriptif observasional dengan pendekatan *cross-sectional* dengan pengambilan sampel dilakukan secara *non probability* sampling menggunakan teknik *accidental sampling* terhadap 72 konsumen yang membeli obat non resep. Tingkat kepuasan konsumen diukur dengan model SERVQUAL (*Service Quality*) terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan. Analisis data menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) dan uji korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi keandalan, jaminan, dan empati mendapatkan skor tertinggi, yaitu 92% dikategorikan sangat puas. Dimensi bukti langsung dan daya tanggap juga mendapatkan penilaian yang sangat puas dengan skor 90% dengan kategori sangat puas. Hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (CSI) berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang sangat positif terhadap apotek, dengan indeks kepuasan mencapai 91% dikategori sangat puas. Hubungan antara tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung dengan taraf signifikansi 0,001 ($<0,05$). Sehingga disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat kuat.

Kata kunci: Apotek; dimensi kualitas layanan; kepuasan konsumen; pelayanan non resep.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION AND NON-PRESCRIPTION MEDICATION SERVICES AT GRYA CANDRA PHARMACY KLUNGKUNG IN 2025

Pharmaceutical services are direct and responsible services to patients related to pharmaceutical preparations with the aim of achieving certain results to improve the quality of patients' lives. The quality of pharmaceutical services can affect customer satisfaction. Customers will only feel satisfied if the health services they receive meet or exceed their expectations. On the other hand, customer dissatisfaction will arise if the health services received do not meet their expectations.

This study aims to determine the relationship between customer satisfaction and non-prescription drug services at Apotek Grya Candra, Klungkung Regency in 2025. This research is a descriptive observational study with a cross-sectional approach, using non-probability sampling with accidental sampling technique on 72 customers who purchased non-prescription drugs. Customer satisfaction levels were measured using the SERVQUAL (Service Quality) model on 5 dimensions of service quality. Data analysis used the Customer Satisfaction Index (CSI) and correlation test.

The results showed that the dimensions of reliability, assurance, and empathy received the highest scores, with 92% categorized as very satisfied. The dimensions of tangible evidence and responsiveness also received very positive assessments with scores of 90% in the very satisfied category. The overall customer satisfaction calculation (CSI) based on the five dimensions of service quality showed that customers gave very positive assessments to the pharmacy, with a satisfaction index of 91% in the very satisfied category. The relationship between customer satisfaction and non-prescription drug services at Apotek Grya Candra, Klungkung, with a significance level of 0.001 (<0.05), concluded that there is a very strong positive relationship.

Keywords: *Pharmacy; dimensions of service quality; customer satisfaction; non-prescription services.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSYARATAN GELAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iv
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Umum.....	7
1.3.2 Tujuan Khusus.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademik.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Apotek.....	9
2.1.1 Pengertian Apotek.....	9
2.1.2 Tujuan Apotek.....	9
2.1.3 Tugas dan Fungsi Apotek.....	10
2.1.4 Pelayanan di Apotek.....	11
2.1.4 Apotek Grya Candra.....	14
2.2 Pelayanan Kefarmasian (<i>Pharmaceutical Care</i>)	15
2.3 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek	16
2.4 Kualitas Pelayanan	19
2.4.1 Pengertian Kualitas.....	19
2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.5 Kepuasan.....	21
2.5.1 Pengertian Kepuasan.....	21
2.5.2 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	21

2.5.3	Farktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	22
2.5.4	Manfaat Kepuasan.....	23
2.5.5	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	24
2.5.6	Harapan.....	25
2.5.7	<i>Service Quality</i>	26
2.6	Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Non Resep.....	28
2.6.1	Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III	KERANGKA TEORI, KONSEP DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	32
3.1	Kerangka Berpikir.....	32
3.2	Kerangka Konsep.....	34
3.2	Hipotesis.....	35
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	36
4.1	Rancangan Penelitian.....	36
4.2	Tempat dan waktu Penelitian.....	36
4.3	Penentuan sumber data.....	36
4.3.1	Populasi.....	36
4.3.2	Sampel.....	37
4.3.3	Besar Sampel	37
4.3.4	Teknik Pengambilan Sampel	38
4.4	Variabel Penelitian	38
4.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	39
4.5	Instrumen Penelitian.....	40
4.5.1	Skala Pengukuran.....	41
4.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
4.6.1	Uji Validitas.....	41
4.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.6.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.7	Prosedur Penelitian.....	43
4.7.1	Tahap Persiapan.....	43
4.7.2	Tahap Pelaksanaan.....	44
4.7.3	Pengolahan Data.....	44
4.7.4	Alur Penelitian.....	45
4.8	Analisis Data.....	46
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1	Hasil.....	49

5.1.1	Gambaran Lokasi Penelitian.....	49
5.1.2	Karakteristik Responden.....	49
5.1.3	Distribusi Frekuensi Nilai Dari Responden.....	53
5.1.4	<i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI).....	58
5.1.5	Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra.....	59
5.2	Pembahasan.....	60
5.2.1	Karakteristik Responden.....	60
5.2.2	Distribusi Frekuensi Nilai Dari Responden.....	64
5.2.3	<i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI)	70
5.2.4	Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra.....	71
BAB VI	SIMPULAN DAN SARAN.....	73
6.1	Simpulan.....	73
6.2	Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA.....	75
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Bagan Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3.2	Bagan Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Obat Non Resep di Apotek.....	34
Gambar 4.1	Bagan Alur Penelitian.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.2	Kategori Skala Pengukuran Kepuasan.....	42
Tabel 4.3	Kategori Kepuasan.....	49
Tabel 5.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 5.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 5.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 5.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 5.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan.....	54
Tabel 5.8	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	54
Tabel 5.9	Penilaian Konsumen Pada Dimensi Bukti Langsung.....	55
Tabel 5.10	Penilaian Konsumen Pada Dimensi Keandalan.....	56
Tabel 5.11	Penilaian Konsumen Pada Dimensi Daya Tanggap.....	57
Tabel 5.12	Penilaian Konsumen Pada Dimensi Jaminan.....	58
Tabel 5.13	Penilaian Konsumen Pada Dimensi Empati.....	59
Tabel 5.14	Perhitungan Tingkat Kepuasan Dengan CSI.	60
Tabel 5.15	Hasil Nilai Korelasi.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Informed Consent.....	82
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3. Jadwal penelitian.....	86
Lampiran 4. Surat izin penelitian kepada apotek grya candra.....	87
Lampiran 5. Surat kesediaan menjadi lokasi penelitian.....	88
Lampiran 6. Data Responden.....	89
Lampiran 7. Data Kuesioner.....	93
Lampiran 8. Uji Validitas.....	95
Lampiran 9. Uji reliabilitas.....	96
Lampiran 10. Hasil Tingkat kepuasan Keseluruhan.....	97
Lampiran 11. Materi Breafing.....	98
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan faktor penentu keberlangsungan hidup manusia. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas hidup manusia adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan (Arifiyanti dan Djamaludin, 2017). Pelayanan kesehatan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mutu pelayanan kesehatan. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 47 tahun 2016 menyatakan bahwa terdapat jenis fasilitas pelayanan kesehatan yang banyak dijumpai oleh masyarakat, salah satunya adalah apotek (Depkes RI, 2016).

Apotek merupakan salah satu sarana kesehatan yang mempunyai fungsi untuk menyediakan sediaan kesehatan khususnya sediaan farmasi agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan keperluan obat-obatan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Pelayanan kefarmasian merupakan profesionalisme dan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab profesi kesehatan dalam bidang kefarmasian khususnya apoteker dalam melakukan kegiatan kefarmasian.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.72 tahun 2016 pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Kegiatan pelayanan kefarmasian yang semula hanya berfokus pada pengelolaan obat sebagai komoditas kini telah berkembang menjadi pelayanan yang komprehensif. Saat ini, pelayanan kefarmasian tidak hanya berfungsi sebagai pengelola obat, tetapi juga mencakup

pelaksanaan pemberian informasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.

Pelayanan kefarmasian selain menjadi tuntutan profesionalisme juga dapat dilihat sebagai faktor untuk mengevaluasi kepuasan pasien. Pelayanan kefarmasian apotek diperlukan oleh masyarakat untuk menjamin pengobatan rasional. Pelayanan kefarmasian yang baik membantu pasien memahami terapi dan penggunaan obat yang rasional (Agustina, 2020). Selain itu, penelitian oleh Sari dkk, (2021) menegaskan bahwa interaksi antara apoteker dan pasien serta edukasi yang memadai mengenai penggunaan obat sangat penting untuk mencapai tujuan pengobatan yang rasional. Indikator pelayanan kefarmasian untuk mengevaluasi kepuasan konsumen meliputi penampilan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, serta kecepatan pelayanan yang ada di apotek (Desiana dkk, 2022). Mutu kualitas pelayanan kefarmasian dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan menurut Oliver (2019) dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Konsumen baru akan merasa puas apabila kinerja layanan kesehatan yang diperoleh sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya, ketidakpuasan konsumen akan muncul apabila kinerja layanan kesehatan yang diperoleh itu tidak sesuai dengan harapannya (Warjiman, 2020).

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat di apotek merupakan salah satu cerminan dari kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian yang diberikan oleh tempat pelayanan kefarmasian di apotek baik pelayanan obat dengan

menggunakan resep maupun obat non resep. Pengukuran kualitas jasa dalam model *servqual* didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Adapun 5 dimensi utama kualitas jasa tersebut adalah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) (Putra, 2020).

Swamedikasi adalah praktik pengobatan diri sendiri dengan obat-obatan yang dibeli non resep (Sianipar, 2020). Dalam lingkungan apotek, swamedikasi memiliki peran penting, khususnya dalam pelayanan obat non resep yang berfungsi secara signifikan dalam membantu konsumen mengatasi masalah kesehatan ringan, seperti demam, batuk, pilek, dan maag. Penelitian yang dilakukan oleh Nurochman dkk, 2015 menyatakan bahwa 88,9% responden memilih untuk melakukan pengobatan sendiri, sedangkan 11,1% memilih berobat ke dokter. Dalam pelayanan swamedikasi, aspek-aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dari apotek sangatlah krusial (Manihuruk, 2024).

Keandalan merujuk pada kemampuan apotek untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam pelayanan obat non-resep, keandalan mencakup ketepatan informasi mengenai obat, ketersediaan produk, serta konsistensi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Daya tanggap menggambarkan sejauh mana apotek mampu merespons kebutuhan dan permintaan konsumen dengan cepat dan efektif. Jaminan berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional tenaga farmasi dalam memberikan pelayanan. Empati mencerminkan perhatian dan kepedulian apotek terhadap kebutuhan

individual pasien. Pelayanan yang empatik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Bukti fisik mencakup semua aspek fisik dari pelayanan, seperti kebersihan apotek, penataan produk, serta penampilan tenaga farmasi. Lingkungan yang bersih dan rapi dapat meningkatkan kesan positif konsumen dan kepercayaan mereka terhadap kualitas pelayanan (Mustika, 2021).

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sehingga semakin tinggi tingkat kepuasan semakin loyal pasien (Putri, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Pazri, dkk (2023) diperoleh hasil sangat puas terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Simpang Purwakarta. Nilai pada parameter ketanggapan (91,3%), parameter keandalan (90,2%), parameter jaminan (89,7%), parameter empati (92,6%), dan parameter bukti langsung (86,9%). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Akhmad dkk. (2019), menyatakan bahwa rata-rata yang didapatkan yaitu, 58,08% pasien apotek di Kecamatan Sukarame tidak puas terhadap pelayanan apotek yang didapatkan berdasarkan lima dimensi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nureeyaah (2022) tentang analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat non resep di Apotek Nur Farma diperoleh hasil penelitian dari seluruh dimensi konsumen belum puas terhadap kualitas pelayanan obat non resep di Apotek Nur Farma dengan nilai sebesar 0.11. Nilai kualitas dimensi keandalan sebesar -0.13 (tidak puas), dimensi daya tanggap sebesar -0.1 (tidak puas), dimensi jaminan sebesar -0.05 (tidak puas), dimensi bukti fisik -0.23 (tidak puas). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nurhaesti (2020) menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi

keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berwujud adalah tidak puas. Dengan nilai rata-rata kualitas pelayanan terhadap dimensi keandalan -0,14, dimensi ketanggapan -0,16, dimensi keyakinan -0,16, dimensi empati -0,09, dimensi wujud -0,12. Beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang belum puas terhadap pelayanan obat di apotek, salah satunya adalah pelayanan obat non resep.

Apotek Grya Candra Klungkung menjadi tempat penelitian bagi peneliti yang berlokasi di Kabupaten Klungkung, Apotek Grya Candra Klungkung menjadi salah satu penyedia layanan kesehatan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat karena memiliki letak yang strategis di Kabupaten Klungkung yakni berada dipinggir jalan raya, dekat dengan beberapa sekolah, dan dekat dengan perkampungan yang padat penduduk. Dengan lokasi yang padat dengan penduduk, maka banyak konsumen yang datang ke Apotek Grya Candra Klungkung. Dalam satu bulan terakhir, Apotek Grya Candra Klungkung mencatat rata-rata jumlah konsumen yang datang dalam satu bulan terakhir mencapai sekitar 900 konsumen. Rata-rata jumlah kunjungan harian berkisar antara 30-50 konsumen per hari. Dari total konsumen yang datang dalam sehari, menunjukkan bahwa sekitar 6% kunjungan merupakan konsumen dengan resep. Sisanya, sekitar 94% merupakan konsumen yang membeli obat non resep. Pada shift pagi dari pukul 07.00 – 14.00 WITA, jumlah konsumen cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan shift sore dari pukul 14.00 – 21.00 WITA yang lebih ramai.

Berdasarkan pengamatan awal dengan wawancara singkat kepada konsumen pada tanggal 5 November 2024 dan 12 November 2024, terdapat 5 konsumen

mengeluh terkait pelayanan yang diterima. Pertama, kurangnya informasi mengenai obat, menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih obat. Banyak konsumen yang tidak mendapatkan penjelasan yang memadai mengenai manfaat, efek samping, dan cara penggunaan obat. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan bahkan berpotensi mengakibatkan kesalahan dalam penggunaan obat. Kedua, keterbatasan pemilihan obat di Apotek Grya Candra Klungkung juga menjadi masalah. Konsumen cenderung terpaku pada merek tertentu, meskipun ada obat lain dengan fungsi yang sama. Selain itu, Apotek Grya Candra Klungkung belum pernah ada penelitian tentang hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep sebelumnya, sehingga perlu mengetahui bagaimana hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung sehingga dapat menjadi tolak ukur bagi petugas apotek untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen yang mendapat pelayanan kefarmasian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung Tahun 2025?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung Tahun 2025.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung tahun 2025.
2. Mendeskripsikan penilaian konsumen menurut dimensi kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) di Apotek Grya Candra Klungkung tahun 2025.
3. Menganalisis hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung tahun 2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Bagi peneliti, penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama ini dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep, khususnya di Apotek Grya Candra Klungkung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi apotek, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan apotek dan

diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga tingkat kepuasan konsumen meningkat dan diharapkan jumlah konsumen dapat terus meningkat setiap bulan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Apotek

2.1.1 Pengertian Apotek

Apotek berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*apotheca*” yang secara harfiah berarti penyimpanan. Sedangkan dalam bahasa Belanda, apotek disebut “*apothek*” yang berarti tempat menjual dan meramu obat. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.14 tahun 2021 apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh apoteker. Dalam menjalankan pekerjaan kefarmasian, apoteker harus menerapkan standar pelayanan kefarmasian yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian, menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian, dan melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien (Permenkes, 2021). Apoteker dalam menjalankan tanggung jawabnya melaksanakan pekerjaan kefarmasian dibantu oleh tenaga teknis kefarmasian. Sehingga dalam menjalankan pekerjaan kefarmasian selalu ada koordinasi atau kerjasama antara keduanya. Menurut Qomariyah, (2021) semakin pesatnya perkembangan pelayanan apotek menuntut pemberi layanan apotek harus mampu memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat.

2.1.2 Tujuan Apotek

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 9 tahun 2017, tujuan apotek adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan kefarmasian di apotek.

Tenaga kefarmasian di apotek secara aktif meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan layanan yang profesional, ramah, dan efisien. Hal ini dilakukan melalui penerapan standar operasional yang ketat, melaksanakan pelatihan secara rutin, dan menyediakan obat serta informasi yang dibutuhkan pasien.

2. Memberikan perlindungan pasien dan masyarakat dalam memperoleh pelayanan kefarmasian di apotek.

Apotek menjamin bahwa setiap pasien dan masyarakat menerima pelayanan kefarmasian yang aman, bermutu, dan terpercaya. Perlindungan ini diwujudkan melalui pengawasan mutu produk, keakuratan informasi tentang penggunaan obat, dan penerapan etika pelayanan yang mengutamakan kepentingan pasien.

3. Menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian dalam memberikan pelayanan kefarmasian di apotek.

Apotek menyediakan kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian dengan memastikan bahwa seluruh kegiatan pelayanan dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan demikian, tenaga kefarmasian dapat bekerja dengan aman dan nyaman, tanpa kekhawatiran akan masalah hukum selama menjalankan tugasnya secara profesional.

2.1.3 Tugas dan Fungsi Apotek

Tugas dan fungsi apotek menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Permenkes) Nomor 9 tahun 2017 adalah:

1. Tempat pengabdian profesi apoteker: apoteker mengabdikan profesinya di apotek dengan memberikan pelayanan kefarmasian terbaik kepada masyarakat.
2. Sarana untuk melakukan pekerjaan kefarmasian: apotek memfasilitasi apoteker dalam melaksanakan berbagai pekerjaan kefarmasian sesuai dengan kebutuhan pasien dan peraturan yang berlaku.
3. Sarana untuk menyalurkan sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan kepada masyarakat: apotek berfungsi sebagai jalur distribusi sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan, memastikan produk tersedia dan dapat diakses oleh masyarakat.
4. Mengelola sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai: apotek bertugas mengelola stok sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai dengan memastikan kualitas, keamanan, dan ketersediaannya.
5. Melakukan pelayanan farmasi klinik: memberikan pelayanan farmasi klinik untuk mendukung pengobatan yang rasional, aman, dan efektif bagi pasien.
6. Menjamin ketersediaan bahan medis habis pakai yang aman, bermutu, bermanfaat, dan terjangkau: penggunaan produk berkualitas tinggi cenderung mengurangi komplikasi dan meningkatkan kepuasan.

2.1.4 Pelayanan di Apotek

2.1.4.1 Pelayanan Non Resep

Berdasarkan pedoman pelayanan kefarmasian di apotek, pelayanan obat non resep merupakan pelayanan kepada pasien yang ingin melakukan

pengobatan sendiri, dikenal dengan swamedikasi (Anggraini dkk, 2020). Swamedikasi menurut *World Health Organization* (WHO) merupakan proses pengobatan yang dilakukan sendiri oleh seseorang mulai dari pengenalan keluhan atau gejalanya sampai pada pemilihan dan penggunaan obat. Dengan kata lain, pasien datang dengan keluhan gejala atau meminta suatu produk non resep.

Berdasarkan Pedoman Penggunaan Obat Bebas dan Bebas Terbatas tahun 2018, pengobatan sendiri (swamedikasi) harus mengikuti prinsip penggunaan obat secara umum, yaitu penggunaan obat secara aman dan rasional. Swamedikasi yang bertanggung jawab membutuhkan produk obat yang sudah terbukti keamanan, khasiat dan kualitasnya, serta membutuhkan penilaian obat yang tepat sesuai dengan indikasi penyakit dan kondisi pasien. Pengobatan sendiri tujuannya yakni meningkatkan kesehatan, mengobati penyakit ringan, pengobatan rutin penyakit kronis sesudah dirawat dokter (Anggraini dkk, 2020).

Pengobatan mandiri sering kali dilakukan berdasarkan pengalaman pribadi atau informasi dari orang lain, menggunakan obat-obatan yang tersedia non resep (Prasetyo, 2018).

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)

Beberapa alasan yang mendorong seseorang melakukan swamedikasi adalah keluhan atau penyakit yang diderita ringan, harga obat yang relatif lebih murah dan obat lebih cepat dan mudah didapatkan. Dalam penelitian Khan (2018), kurangnya pendidikan dan pengetahuan di bidang kesehatan serta tidak tersedianya fasilitas medis mendorong seseorang melakukan swamedikasi. Menurut Manihuruk (2024), swamedikasi didasari oleh pengalaman sakit yang pernah diderita sebelumnya, rekomendasi dari keluarga atau kerabat dan banyaknya jenis atau merk obat yang beredar dan dikenal oleh masyarakat luas.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 919/MENKES/PER/X/1993, kriteria obat yang dapat dibeli non resep untuk penggunaan swamedikasi adalah:

- a. Tidak kontra indikasi untuk penggunaan pada wanita hamil, anak dibawah usia 2 tahun dan orang tua diatas 65 tahun.
- b. Tidak memberikan risiko pada kelanjutan penyakit.
- c. Penggunaannya tidak memerlukan cara atau alat khusus yang harus dilakukan oleh tenaga kesehatan.

- d. Penggunaannya diperlukan untuk penyakit yang prevalensinya tinggi di Indonesia.
- e. Memiliki rasio khasiat keamanan yang dapat dipertanggungjawabkan untuk pengobatan sendiri

Berdasarkan kriteria tersebut, kelompok obat untuk swamedikasi atau obat-obat yang dapat digunakan non resep adalah obat yang berada dalam kategori obat wajib apotek (OWA), obat bebas terbatas (OBT) dan obat bebas (OB). Obat wajib apotek terdiri dari kelas terapi oral kontrasepsi, obat saluran cerna, obat mulut serta tenggorokan, obat saluran nafas, obat yang mempengaruhi system neuromuskular, anti parasite dan obat kulit topikal (Anggraini dkk, 2020). Menurut Muharni, dkk (2023) banyak masyarakat yang cenderung membeli obat di apotek sebagai langkah pertama ketika mengalami gejala sakit. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti aksesibilitas apotek yang lebih mudah, keinginan untuk menghindari antrean di fasilitas kesehatan, serta kepercayaan terhadap apoteker dalam memberikan saran mengenai obat yang tepat.

2.1.5 Apotek Grya Candra

Apotek Grya Candra merupakan sebuah apotek yang berlokasi di jalan raya Besakih Pedanan, Akah, Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung. Apotek Grya Candra Klungkung didirikan oleh dr. Ni Ketut Arini yang beroperasi pada tahun 2021. Apotek Grya yang memiliki letak yang strategis yakni, berada dipinggir jalan raya, dekat dengan beberapa sekolah, dan dekat dengan perkampungan yang padat penduduk, serta terdapat klinik yang berada di sebelah

apotek. Apotek Grya Candra Klungkung buka setiap hari dari pukul 07.00-21.00 WITA. Apotek Grya Candra Klungkung memiliki sejumlah 3 Tenaga Teknis Kefarmasian dan 1 Apoteker. Apotek Grya Candra Klungkung melayani pembelian obat dengan menggunakan resep maupun non resep. Apotek Grya Candra Klungkung mencatat rata-rata jumlah konsumen yang datang dalam tiga bulan terakhir mencapai sekitar 2.700 konsumen. Rata-rata jumlah kunjungan harian berkisar antara 30-50 konsumen per hari. Dari total konsumen yang datang dalam sehari, menunjukkan bahwa sekitar 6% kunjungan merupakan konsumen dengan resep. Sisanya, sekitar 94% merupakan konsumen yang membeli obat non resep.

2.2 Pelayanan Kefarmasian (*Pharmaceutical Care*)

Pelayanan kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan bahan medis habis pakai dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Permenkes, 2021). Pelayanan kefarmasian merupakan profesionalisme dan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab profesi kesehatan dalam bidang kefarmasian khususnya apoteker dalam melakukan kegiatan kefarmasian untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat (Dianita & Latifah, 2017).

Menurut Bahen, (2016) pelayanan kefarmasian dalam hal memberikan perlindungan terhadap pasien memiliki fungsi yaitu:

1. Sebagai penyedia informasi tentang obat-obatan kepada tenaga kesehatan lainnya, tujuan yang ingin dicapai mencakup mengidentifikasi hasil

pengobatan dan tujuan akhir pengobatan, agar pengobatan yang dapat diterima untuk terapi, agar dapat diterapkan penggunaan secara rasional, memantau efek samping obat dan menentukan metode penggunaan obat.

2. Untuk mendapatkan rekam medis untuk digunakan pemilihan obat yang tepat.
3. Sebagai sarana memantau penggunaan obat apakah efektif, tidak efektif, reaksi yang berlawanan, keracunan dan jika perlu memberikan saran untuk memodifikasi pengobatan.
4. Sebagai sarana bimbingan dan konseling dalam rangka pendidikan kepada pasien.
5. Penyedia dan pemelihara serta untuk memfasilitasi pengujian pengobatan bagi pasien penyakit kronis.
6. Berpartisipasi dalam pengelolaan obat-obatan untuk pelayanan gawat darurat.
7. Pembinaan pelayanan informasi dan pendidikan bagi masyarakat.
8. Partisipasi dalam penilaian penggunaan obat dan audit kesehatan.
9. Menyediakan pendidikan mengenai obat-obatan untuk tenaga kesehatan

2.3 Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek

Standar pelayanan kefarmasian di apotek adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian di apotek (Permenkes, 2021). Pelayanan kefarmasian telah mengalami perubahan yang semula hanya berfokus kepada pengelolaan obat (*drug oriented*) berkembang menjadi pelayanan komprehensif meliputi pelayanan obat dan farmasi klinik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.

Pekerjaan kefarmasian adalah pembuatan, termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan, dan pendistribusian atau penyaluran obat, pengelolaan obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat, serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional. Pekerjaan kefarmasian tersebut harus dilakukan oleh tenaga kesehatan yang mempunyai keahlian dan kewenangan untuk itu. Peran apoteker dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku agar dapat melaksanakan interaksi langsung dengan pasien.

Apoteker harus memahami dan menyadari kemungkinan terjadinya kesalahan pengobatan (*medication error*) dalam proses pelayanan dan mengidentifikasi, mencegah, serta mengatasi masalah terkait obat (*drug related problems*), masalah farmakoekonomi, dan farmasi sosial (*socio pharmacoecconomy*). Apoteker juga harus mampu berkomunikasi dengan tenaga kesehatan lainnya dalam menetapkan terapi untuk mendukung penggunaan obat yang rasional. Dalam melakukan praktik tersebut, apoteker juga dituntut untuk melakukan monitoring penggunaan obat, melakukan evaluasi serta mendokumentasikan segala aktivitas kegiatannya. Dengan memberi informasi pada konsumen, sehingga bisa terjalin interaksi baik maka bisa menghindari peluang adanya kekeliruan penyerahan obat. Untuk melaksanakan semua kegiatan itu, diperlukan standar pelayanan kefarmasian (Permenkes, 2021). Menurut Lestari (2021) konseling bertujuan:

- a. Menjalin hubungan dengan pasien dengan membentuk *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 (Lestari, 2021).

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 menggunakan obat terbatas ataupun bebas. Apoteker memiliki tanggung jawab penuh untuk menyelesaikan kasus swamedikasi/mengobati diri sendiri serta penggunaan obat non 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). Penelitian oleh Sari dkk, (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan apotek, termasuk komunikasi antara apoteker dan pasien, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dan niat untuk kembali ke apotek tersebut. Selain itu, tingkat pengetahuan apoteker mengenai obat-obatan dan kemampuan mereka dalam memberikan informasi yang jelas dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap apotek.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitas diartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik. Sedangkan menurut Kolter (2012) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dapat dinyatakan langsung. Definisi ini berpusat pada konsumen. Dapat dikatakan produsen telah menyampaikan kualitas jika menghasilkan produk yang memenuhi ekspektasi konsumen. Berbagai konsumen memiliki perbedaan kebutuhan, sehingga definisi kualitas tergantung konsumen.

2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyekof dalam Sinollah (2019) kualitas pelayanan yaitu seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Apabila layanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dianggap sebagai kualitas yang baik, dan sebaliknya apabila kualitas layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2003).

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

1. Pada derajat kepuasan pasien, kualitas pelayanan kesehatan yang baik adalah jika pelayanan kesehatan yang dilakukan dapat memberikan rasa puas pada diri setiap pasien yang disesuaikan dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk yang menjadi sasaran utama pelayanan kesehatan tersebut. Kepuasan pasien berhubungan erat dengan kualitas pelayanan yang diterima. Pasien yang merasa diperhatikan dan dihargai oleh tenaga kesehatan cenderung melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

2. Pada upaya yang dilakukan, kualitas pelayanan kesehatan yang baik adalah apabila tata cara pelaksanaannya sesuai dengan standar serta kode etik profesi yang telah ditetapkan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa besar ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan dan persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Ketika harapan pasien tidak terpenuhi, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan berpengaruh negatif terhadap persepsi kualitas pelayanan.

2.5 Kepuasan

2.5.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai dan “*facto*” berarti melakukan atau membuat (Tjiptono, 2014). Menurut Kamus Bahasa Indonesia, kepuasan adalah puas, senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya). Sehingga kepuasan dapat diartikan sebagai rasa puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Kepuasan menurut Kotler (2005) dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen amat puas atau senang (Kotler, 2006). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

2.5.2 Pengertian 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 (Qomariyah, 2021). Kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek merupakan salah satu cerminan dari kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian yang telah diberikan oleh tempat pelayanan kefarmasian di apotek baik pelayanan obat dengan menggunakan resep maupun obat non resep (Narendra dkk, 2017).

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan banyak manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan konsumen 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 konsumen yang belum tercapai, seharusnya menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek (Narendra dkk, 2017).

2.5.3 Farktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Terdapat 5 faktor penting yang menentukan derajat kepuasan konsumen menurut Anief (2001), 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 dua 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. Merupakan 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.
- e. Faktor biaya guna mendapatkan produk farmasi. Pelanggan tidak harus mengeluarkan dana tambahan tidak perlu pula membuang waktu dalam mendapatkan obat itu.

2.5.4 Manfaat Kepuasan

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan banyak manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan konsumen 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 konsumen yang belum tercapai,

seharusnya menjadi fokus penting bagi manajemen apotek untuk mengambil kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan di apotek (Narendra dkk, 2017).

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan konsumen adalah kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung kembali membeli, merekomendasikan kepada orang lain, dan lebih toleran terhadap kesalahan kecil yang mungkin terjadi dalam layanan. Menurut Rachmawati dan Supriyadi (2020) menemukan bahwa pelayanan yang baik, ketersediaan produk, dan kecepatan layanan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan di apotek. Pelanggan yang merasa puas cenderung lebih toleran terhadap kesalahan kecil dalam pelayanan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara apotek dan pelanggan.

2.5.5 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler, *et al* (2013) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumen guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

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

4. Survei Kepuasan Pelanggan

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

2.5.6 Harapan

Harapan adalah 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. Menurut Oliver (1997), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh ekspektasi antara harapan sebelum konsumsi dan persepsi

terhadap kinerja aktual. Jika layanan melebihi harapan, konsumen puas; jika kurang dari harapan, konsumen merasa tidak puas. Metode penelitian yang hendak dilaksanakan mempergunakan metode survei. Pengukuran dilaksanakan secara:

- a. Pengukuran dilaksanakan langsung lewat *interview* mempergunakan kuesioner
- b. Kuesioner 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 alternatif suatu penawaran dari pertanyaan yang tersedia berdasar tingkat kepentingan masing-masing elemen ataupun sebaik apa capaian perusahaan dalam setiap elemen.

2.5.7 Service Quality

Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu persepsi pelanggan, produk atau jasa, dan proses. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* atau *service quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry. *Servqual* dibangun atas dasar adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang sesungguhnya diharapkan. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan perusahaan kepada konsumen.

Lima metode yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Parasuraman, 1990) yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti langsung meliputi penampakan dan fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Penampilan fisik perusahaan akan berpengaruh pada evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu menunjukkan seberapa jauh perusahaan memberikan pelayanan sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. Keandalan ini tidak hanya penting untuk masalah-masalah yang besar, karena masalah kecil juga menjadi hal penting untuk pelanggan dalam memberikan evaluasi tentang perusahaan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu menunjukkan kemauan dan komitmen dari perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu. Daya tanggap tidak hanya mengenai cepatnya pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari perusahaan atau karyawan dalam membantu pelanggan.

4. Keyakinan (*Assurance*)

Kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika mereka merasa yakin bahwa karyawan memiliki kompetensi yang diperlukan untuk memberikan layanan yang baik.

5. Empati (*Empathy*)

Kemampuan komunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan perusahaan akan memberikan dampak baik dari evaluasi pelanggan. Karyawan yang terlatih dalam keterampilan empatik dapat berkomunikasi dengan lebih efektif mengenai produk dan layanan, sehingga meningkatkan pemahaman pelanggan dan mengurangi ketidakpuasan.

2.6 Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Non Resep

2.6.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah ada sebelumnya dan mempunyai pokok bahasan atau topik yang sama atau berkaitan dengan penelitian penulis saat ini. Penelitian sebelumnya memungkinkan penulis untuk membandingkan atau mengidentifikasi perspektif yang diteliti. Maka dalam kajian pustaka ini penulis mencantumkan hasil hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian Pazri Laela, dkk (2023)

Penelitian Pazri Laela, dkk (2023), berjudul “Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Farmasi Di Apotek Simpang Purwakarta”, penelitian ini merupakan penelitian dengan rancangan deskriptif (*non-eksperimental*) secara kuantitatif. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian dan mengetahui hubungan antara karakteristik dengan tingkat kepuasan. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Simpang Purwakarta

menggunakan lima dimensi. Nilai yang paling tinggi adalah parameter empati 92,61% , dan nilai yang paling rendah bukti langsung 86,93% . Untuk hubungan karakteristik dengan tingkat kepuasan tidak ada hubungan karena nilai signifikan $>$ nilai *p value*.

2. Hasil Penelitian Dianita & Latifah (2017)

Penelitian Dianita & Latifah (2017), berjudul “Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Obat Di Apotek Wilayah Kecamatan Mertoyudan Kabupaten Magelang”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek wilayah Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang sehingga apotek dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pasien atau masyarakat yang membeli obat di apotek wilayah Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang merasa puas terhadap pelayanan obat yang diberikan oleh apotek tersebut.

3. Hasil Penelitian Rikomah Setya Enti, dkk (2023)

Penelitian Rikomah Setya Enti, dkk (2023), berjudul “Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek X Kota Bengkulu”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap pelayanan kefarmasian khususnya pelayanan obat tanoa resep di apotek X Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian *non-eksperimental* secara deskriptif-analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Pengambilan data pada sampel menggunakan teknik *purposive sampling* melalui

data primer berdasarkan hasil kuesioner yang memuat 5 dimensi. Dapat disimpulkan bahwa, hasil penelitian di apotek X tingkat kepuasan pasien terhadap indikator keandalan (*reliability*) sebesar 82,60% (sangat puas), ketanggapan (*responsiveness*) sebesar 88,86% (sangat puas), jaminan (*assurance*) sebesar 85,43% (sangat puas), empati (*emphaty*) sebesar 88,86% (sangat puas), berwujud (*tangible*) sebesar 83,11% dengan memberikan nilai sangat puas.

4. Hasil Penelitian Akhmad, dkk (2019)

Penelitian Akhmad, dkk (2019), berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame”. Metode penelitian ini adalah deskriptif analitik dengan desain survei *cross sectional*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pasien sebagai indikator penilaian mutu pelayanan kefarmasian di apotek masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan 58,08% pasien tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan apotek masyarakat. Dimensi *empathy* memiliki tingkat kepuasan tertinggi (87,83%), sedangkan dimensi reliabilitas memiliki tingkat kepuasan terendah (83,16%).

5. Hasil Penelitian Lestari N.I, dkk (2022)

Penelitian Lestari N.I, dkk (2022), berjudul “Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan”. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek NH Farma Pangkalan Bun. Penelitian ini menggunakan desain penelitian bersifat deskriptif analitik, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dapat

disimpulkan 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. Dapat disimpulkan bahwa, pelayanan kefarmasian yang ada di Apotek NH Farma masih belum bisa memenuhi harapan konsumen yang datang ke Apotek NH Farma.

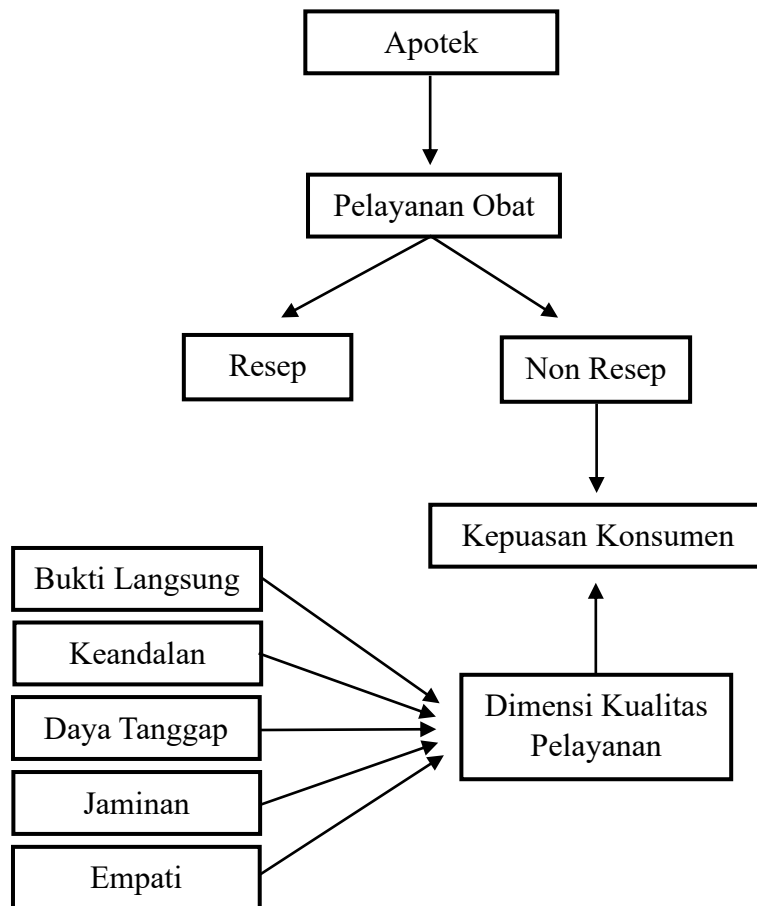
6. Hasil Penelitian Narendra dkk, (2017)

Penelitian Narendra dkk, (2017), berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung”. 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*. Hasil penelitian menunjukkan dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi *responsiveness* (94,58%); atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah karyawan mengucapkan selamat datang di Apotek Kimia Farma saat konsumen memasuki apotek (97,87%). Dimensi *assurance* yaitu 88,045 %. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan Apotek Kimia Farma Gatot Subroto menunjukkan cukup baik.

BAB III

KERANGKA BERPIKIR, KONSEP, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1 Kerangka Berpikir



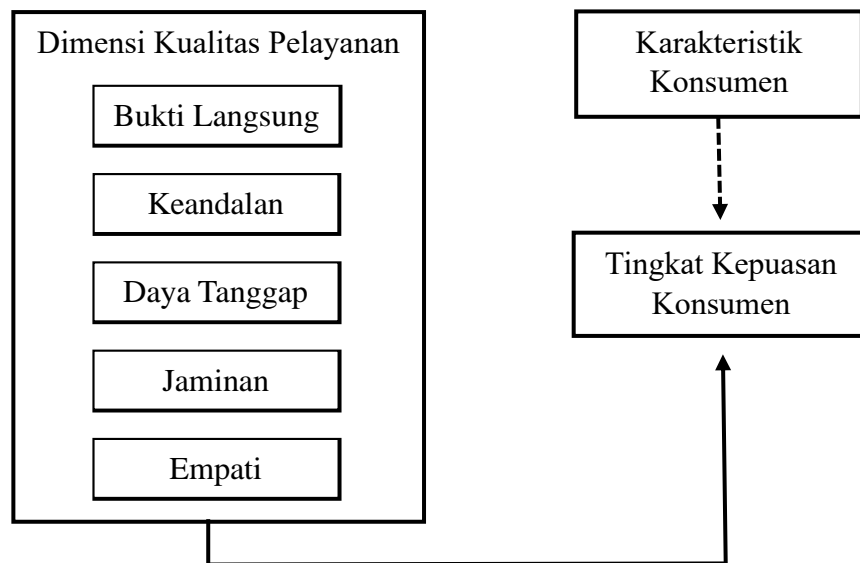
Gambar 3.1 Bagan Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Di Apotek Grya Candra Klungkung terdapat pelayanan obat dengan menggunakan resep dan non resep. Penelitian ini dilakukan di Apotek Grya Candra Klungkung yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan obat non resep yang telah diberikan kepada konsumen pengguna jasa pelayanan di Apotek Grya Candra Klungkung.

Kepuasan pasien terhadap pelayanan obat non resep di apotek dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima. Kualitas pelayanan ini dapat diukur melalui lima dimensi utama (Kotler dan Keller, 2007). Dimensi pertama adalah *tangible* (bukti langsung) yang berkaitan dengan sarana dan fasilitas fisik yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Dimensi kedua adalah *reability* (keandalan) yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen dengan percaya diri dan akurat. Dimensi yang ketiga adalah *responsiveness* (daya tanggap) yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tanggap. Dimensi ke empat adalah *assurance* (jaminan) yang berkaitan dengan kemampuan yang memberikan kepercayaan dan keyakinan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dimensi kelima adalah *empathy* (empati) yang berkaitan dengan kemampuan untuk membina hubungan.

Menurut Zeithaml dkk, (2018) menemukan bahwa pelayanan yang memenuhi atau melampaui harapan konsumen tetap menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Rahmawati dkk, (2020) mengungkapkan bahwa dimensi daya tanggap dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien dalam pelayanan obat non resep. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kualitas pelayanan di Apotek Grya Candra Klungkung dapat menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan pasien.

3.2 Kerangka Konsep



Keterangan :

—————→ = Hubungan variabel yang diteliti

-----→ = Hubungan variabel yang tidak diteliti

Gambar 3.2 Bagan Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Obat Non Resep di Apotek

Berdasarkan bagan diatas, tingkat kepuasan konsumen didefinisikan sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap pengalaman menerima pelayanan. Tingkat kepuasan ini berperan sebagai indikator penting keberhasilan pelayanan suatu apotek (Kotler & Keller, 2016). Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu dimensi kualitas pelayanan obat khususnya pelayanan obat non resep.

Dimensi kualitas pelayanan obat meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian atau jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), sebagaimana dirumuskan dalam model *service quality* (Zeithaml

dkk, 2020). Dimensi ini menjadi tolok ukur utama dalam menilai bagaimana pelayanan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

3.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan antara tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *deskriptif observasional* dengan rancangan penelitian *cross sectional*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena yang terjadi di masyarakat (Notoatmodjo, 2020). Penelitian observasional adalah penelitian dimana peneliti hanya melakukan observasi, tanpa memberikan intervensi pada variabel yang akan diteliti. Penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana peneliti mengukur data variabel independen dan dependen hanya sekali pada satu waktu (Nursalam, 2017). Responden yang dipilih adalah konsumen di Apotek Grya Candra Klungkung yang membeli obat non resep.

4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Apotek Grya Candra Klungkung pada bulan Januari 2025.

4.3 Penentuan Sumber Data

4.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan objek penelitian atau objek yang diteliti. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang datang membeli obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung.

4.3.2 Sampel

Sampel adalah objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2010). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung yang memenuhi kriteria, dimana pada penelitian ini terdapat dua kriteria yang dipergunakan, yaitu kriteria inklusi dan kriteria eksklusi.

a. Kriteria Inklusi

1. Konsumen yang bersedia mengisi kuesioner/angket
2. Konsumen yang membeli obat non resep
3. Konsumen yang bisa berkomunikasi, membaca, dan menulis dengan baik
4. Konsumen yang berumur 18 sampai 50 tahun

b. Kriteria Eksklusi

1. Konsumen yang membeli obat dengan resep
2. Konsumen yang berasal dari pegawai Apotek Grya Candra

4.3.3 Besar Sampel

Rata-rata jumlah konsumen yang datang dalam satu bulan terakhir mencapai sekitar 900 konsumen. Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah konsumen yang datang ke Apotek Grya Candra Klungkung untuk membeli obat non resep selama satu minggu dengan jumlah rata-rata sebanyak 256 (dua ratus lima puluh enam) konsumen.

Besar sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan hasil perhitungannya sejumlah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

N = Besar populasi

n = Besar sampel

e = Tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1)

256

$$n = \frac{256}{1 + 256(0,1)^2}$$

$$n = 71,91 \approx 72$$

Dengan jumlah populasi sebanyak 256 dan besar toleransi sebesar 10% (0,1) maka didapat jumlah sampel yakni 72 responden.

4.3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019) dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik yang dilakukan dengan mengambil sampel yang kebetulan ada atau tersedia (Sugiyono, 2016). Alasan peneliti menggunakan teknik sampling tersebut dikarenakan peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang mendapatkan pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung pada saat penelitian dilakukan secara langsung serta yang memenuhi kriteria inklusi.

4.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik

kesimpulannya (Ridha, 2017). Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel independen yaitu lima dimensi kualitas pelayanan obat
2. Variabel dependen yaitu tingkat kepuasan konsumen

4.4.1 Definisi Operasional

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

Tabel 4.1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur	Cara Ukur	Kategori
Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep.	Keandalan	Kemampuan petugas apotek untuk memberikan pelayanan obat non resep yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan	Kuesioner	Responden mengisi kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di apotek. Digunakan Skala Likert yaitu Sangat Puas, Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas	Sangat Puas: 81% - 100% Puas: 61% - 80% Cukup Puas: 41% - 60% Tidak Puas: 21% - 40%
	Daya Tanggap	Sikap tanggap petugas apotek dalam membantu ataupun memberi layanan yang tepat dan cepat kepada konsumen atau pasien.	Kuesioner	Responden mengisi kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di apotek. Digunakan Skala Likert yaitu Sangat Puas, Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas	Sangat Puas: 81% - 100% Puas: 61% - 80% Cukup Puas: 41% - 60% Tidak Puas: 21% - 40%

Jaminan	Petugas apotek memberikan kepercayaan dan kebenaran atas kualitas pelayanan yang diberikan	Kuesioner	Responden mengisi kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di apotek. Digunakan Skala Likert yaitu Sangat Puas, Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas	Sangat Puas: 81% - 100% Puas: 61% - 80% Cukup Puas: 41% - 60% Tidak Puas: 21% - 40% Sangat Tidak Puas: 0% - 20%
Empati	Memberi perhatian tulus yang sifatnya pribadi pada konsumen	Kuesioner	Responden mengisi kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di apotek. Digunakan Skala Likert yaitu Sangat Puas, Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas	Sangat Puas: 81% - 100% Puas: 61% - 80% Cukup Puas: 41% - 60% Tidak Puas: 21% - 40% Sangat Tidak Puas: 0% - 20%
Bukti Fisik	Penampilan fasilitas fisik merupakan bagian dari gedung ataupun bangunan apotek itu sendiri	Kuesioner	Responden mengisi kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di apotek. Digunakan Skala Likert yaitu Sangat Puas, Puas, Tidak Puas, Sangat Tidak Puas	Sangat Puas: 81% - 100% Puas: 61% - 80% Cukup Puas: 41% - 60% Tidak Puas: 21% - 40% Sangat Tidak Puas: 0% - 20%

4.5 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada konsumen yang membeli obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung. 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, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

4.5.1 Skala Pengukuran

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Skala Likert merupakan metode perhitungan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap suatu objek tertentu (Sugiyono, 2016).

Tabel 4.2 Kategori Skala Pengukuran Kepuasan

Skor	Kategori Kepuasan
5	Sangat Puas
4	Puas
3	Cukup Puas
2	Tidak Puas
1	Sangat Tidak Puas

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dieliminasi atau diganti karena dianggap tidak relevan (Nathalia dkk, 2017). Alat ukur dikatakan mempunyai nilai valid jika alat ukur tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang diukur. Untuk mengukur apakah kuesioner kita susun tersebut mampu mengukur apa yang hendak kita ukur, maka

perlu diuji dengan *Korelasi Pearson Product Moment* antara skor (nilai) tiap-tiap item (pertanyaan) dengan skor total kuesioner tersebut. Jika r hitung $>$ r tabel, maka perbedaan pada skor tiap item signifikan, sehingga instrumen dinyatakan valid (Sugiyono, 2017).

4.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan gambaran seberapa jauh pengukuran yang diperoleh dengan menggunakan instrumen (termasuk kuesioner) jika di ulangi akan menghasilkan hasil yang sama atau konsisten (Nurbaiti, 2010). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan dalam waktu berbeda.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Bila nilai *Cronbach's Alpha* lebih \geq konstanta (0,6), maka pertanyaan reliabel. Bila *Cronbach's Alpha* $<$ konstanta (0,6), maka pertanyaan tidak reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel dan harus dilakukan tes lanjutan guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel (Riyanto, 2011).

4.6.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini tidak dilakukan karena kuesioner yang digunakan telah melalui proses uji reliabilitas dan validitas sebelumnya, serta dinyatakan reliabel dan valid berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk. (2023). Kuesioner tersebut diadaptasi dari

penelitian Rikomah dkk. (2023) yang dilakukan menggunakan 30 sampel, menunjukkan bahwa pertanyaan tingkat kepuasan pada dimensi keandalan (*reliability*), empati (*empathy*), bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) memiliki nilai r-hitung antara 0,558 hingga 0,856, yang semuanya lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,361. Selain itu, hasil uji reliabilitas dalam penelitian tersebut mencapai 0,941, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner ini dianggap telah memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang diperlukan untuk penelitian ini.

4.7 Prosedur Penelitian

Langkah–langkah penelitian berguna untuk mempermudah dalam penyelesaian penelitian adalah sebagai berikut :

4.7.1 Tahap Persiapan

- a. Menentukan identifikasi masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.
- b. Melakukan penelusuran literatur atau mengumpulkan sumber-sumber berupa jurnal, buku, dan lain-lain.
- c. Menyusun kerangka konsep sesuai dengan teori yang sudah dikumpulkan yang berhubungan dengan penelitian.
- d. Mengidentifikasi variabel kemudian dibuat secara operasional (definisi, alat ukur, hasil ukur, dan skala ukur).
- e. Merumuskan hipotesis.
- f. Menentukan desain penelitian dimulai dari instrumen, lalu menentukan populasi dan sampel kemudian sampel terpilih.

4.7.2 Tahap Pelaksanaan

- a. Pengambilan data dilakukan dengan bantuan dua orang enumerator yang merupakan petugas apotek dan juga teman peneliti. Sebelumnya enumerator telah diberikan arahan yang jelas untuk memastikan bahwa pengumpulan data dilakukan secara akurat dan bebas dari bias
- b. Memberikan *informed consent* pada responden sebagai surat pernyataan kesediaan menjadi responden dalam penelitian ini.
- c. Kuesioner yang sudah diisi segera dikumpulkan oleh peneliti, dan peneliti memeriksa kelengkapan responden dalam mengisi kuesioner.
- d. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan olah data dari *collecting*, *cheking*, *cooding*, *entering*, hingga *data processing*.
- e. Setelah pengolahan data, dilanjutkan dengan melakukan analisa data.

4.7.3 Pengolahan Data

Pengolahan data bertujuan untuk memperoleh penyajian data dan kesimpulan yang baik, data yang diperoleh dari penelitian masih mentah, belum dapat memberikan informasi, maka diperlukan pengolahan data (Notoatmodjo, 2010). Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pengolahan data, yaitu :

1. *Collecting*

Melakukan pengumpulan data yang asalnya melalui kuesioner.

2. *Cheking*

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

3. *Cooding*

Dalam tahap ini peneliti memberikan kode angka pada setiap jawaban untuk mempermudah dalam pengolahan dan analisis data

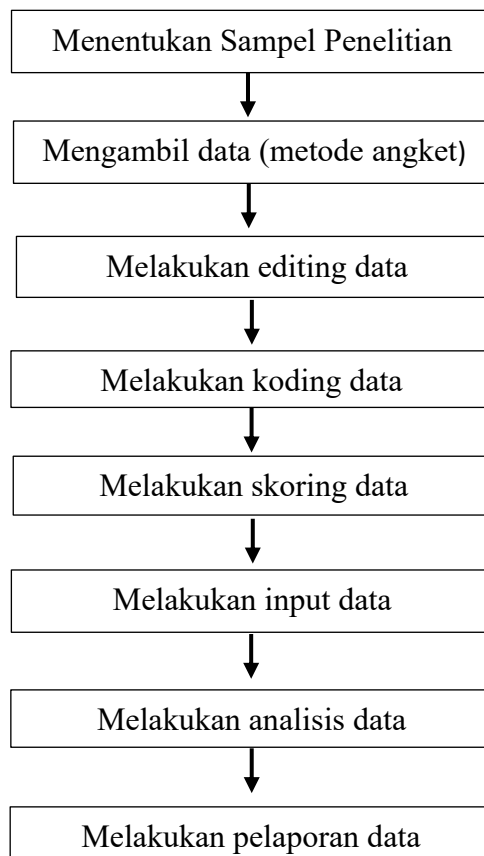
4. *Entering*

Data *entry* yaitu, memasukkan jawaban responden dalam bentuk kode ke program SPSS

5. *Data Processing*

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

4.7.4 Alur Penelitian



Gambar 4.1 Bagan Alur Penelitian

4.8 Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner terhadap responden akan dilakukan analisis menggunakan program SPSS. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisa deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya.

1. *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks Kepuasan Konsumen

Analisa data penelitian ini dilakukan dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks Kepuasan Konsumen. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Widodo, 2018).

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 kepuasan setiap atribut.

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

Keterangan:

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.

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

Keterangan:

MIS_i = Mean Importance Score

P = Jumlah Atribut

l = Atribut ke-i

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

$$WS_i = WF \times MSS_i$$

Keterangan : I= atribut ke i

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

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

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

Nilai yang didapatkan melalui perhitungan CSI dipakai dalam melihat derajat kepuasan pengunjung.

Tabel 4.3 Kategori Kepuasan

Kategori	Persentase
Sangat Tidak Puas	0%-20%
Tidak Puas	21%-40%
Cukup Puas	41%-60%
Puas	61%-80%
Sangat Puas	81%-100%

2. 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

- a. 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.
- b. Kriteria Uji: Berdasarkan nilai signifikansi, yaitu :
 - H_0 diterima jika Sig. $> 0,05$
 - H_0 ditolak jika Sig. $< 0,05$

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil

5.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Apotek Grya Candra merupakan sebuah apotek yang berlokasi di jalan raya Besakih Pedanan, Akah, Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung. Apotek Grya Candra Klungkung didirikan oleh dr. Ni Ketut Arini yang beroperasi pada tahun 2021. Apotek Grya Candra Klungkung memiliki letak yang strategis yakni, berada dipinggir jalan raya, dekat dengan beberapa sekolah, dan dekat dengan perkampungan yang padat penduduk, serta terdapat klinik yang berada di sebelah apotek. Apotek Grya Candra Klungkung buka setiap hari dari pukul 07.00-21.00 WITA. Apotek Grya Candra Klungkung memiliki sejumlah 3 Tenaga Teknis Kefarmasian dan 1 Apoteker.

Apotek Grya Candra Klungkung melayani pembelian obat dengan menggunakan resep maupun non resep. Apotek Grya Candra Klungkung mencatat rata-rata jumlah konsumen yang datang dalam tiga bulan terakhir mencapai sekitar 2.700 konsumen. Rata-rata jumlah kunjungan harian berkisar antara 30-50 konsumen per hari. Dari total konsumen yang datang dalam sehari, menunjukkan bahwa sekitar 6% kunjungan merupakan konsumen dengan resep. Sisanya, sekitar 94% merupakan konsumen yang membeli obat non resep.

5.1.2 Karakteristik Responden

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.3 dibawah ini:

Tabel 5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	n	%
Laki-laki	41	56,9
Perempuan	31	43,1
Jumlah	72	100,0

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki dengan total 41 responden (56,9%), sedangkan responden perempuan sebanyak 31 responden (43,1%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 5.4 dibawah ini:

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	n	%
< 30	40	55,6
30-39	16	22,2
\geq 40	16	22,2
Jumlah	72	100,0

Kriteria usia yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi 3 yaitu kategori usia < 30 tahun, usia 30-39 tahun dan usia \geq 40 tahun. Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung ke apotek adalah responden berusia < 30 tahun sebanyak 40 responden dengan persentase sebesar 55,6% sedangkan responden berumur 30-39 tahun dan responden berusia \geq 40 tahun sebanyak 16 responden dengan persentase 22,2%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 5.5 dibawah ini:

Tabel 5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	n	%
Tidak Tamat SD	0	0,0
SD	0	0,0
SMP	6	8,4
SMA/SMK	51	70,8
Diploma/Sarjana	15	20,8
Jumlah	72	100,0

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada tabel 5.4 diatas menunjukkan sebagian besar pendidikan terakhir responden yang datang yaitu SMA/SMK sebanyak 51 responden (70,8%), berpendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 15 responden (20,8%), dan berpendidikan SMP sebanyak 6 responden (8,4%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 5.6 dibawah ini:

Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	n	%
Pelajar/Mahasiswa	13	18,1
Wiraswata	12	16,7
Karyawan Swasta	35	48,6
PNS/TNI/POLRI	4	5,6
Tenaga Kesehatan	0	0,0
Lain-lain	8	11,1
Jumlah	72	100,0

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak adalah karyawan swasta sebanyak 35 responden atau 48,6%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Data karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan dapat dilihat pada tabel 5.7 dibawah ini:

Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	n	%
< 1 juta	23	31,9
1-2 juta	31	43,1
2-3 juta	13	18,1
> 3 juta	5	6,9
Jumlah	72	100,0

Berdasarkan tabel 5.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpenghasilan Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000 sebanyak 31 responden (43,1%).

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Apotek

Data karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan ke apotek dapat dilihat pada tabel 5.8 dibawah ini:

Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	n	%
Baru Pertama kali	20	27,8
2-5 kali	24	33,3
> 5 kali	28	38,9
Jumlah	72	100,0

Berdasarkan tabel 5.8 dapat dilihat dari penyebaran kuesioner berdasarkan frekuensi jumlah kunjungan bahwa sebagian besar yaitu responden yang berkunjung lebih dari 5 kali ke Apotek Grya Candra Klungkung yaitu sebesar

38,9%, sedangkan untuk responden yang berkunjung ke Apotek Grya Candra Klungkung antara 2-5 kali sebesar 33,3% dan untuk responden yang baru pertama kali berkunjung ke apotek sebesar 27,8%.

5.1.3 Distribusi Frekuensi Nilai Dari Responden

Terdapat 5 dimensi yang mewakili persepsi responden terhadap kualitas pelayanan jasa, diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Data untuk pernyataan tiap-tiap dimensi yang diberikan kepada 72 responden mengenai pelayanan di Apotek Grya Candra Klungkung dapat diketahui sebagai berikut:

1. Dimensi Bukti Langsung (*Tangible*)

Tabel 5.9 Penilaian Responden pada Dimensi Bukti Langsung

No	Pertanyaan	Jawaban					n	Total	Rata-Rata	%
		STP	TP	CP	P	SP				
1	Papan nama dan lokasi apotek strategis	0	0	0	30	42	72	330	4,58	91
2	Penataan obat menarik dan rapi	0	0	0	23	49	72	337	4,68	93
3	Ruang tunggu bersih dan rapi	0	0	1	23	49	72	335	4,65	93
4	Tersedia tempat brosur/ <i>display</i> informasi obat	1	3	16	26	26	72	289	4,01	80
5	Pakaian karyawan apotek rapi	0	0	0	30	42	72	330	4,58	92
Nilai Rata-rata										90

Berdasarkan tabel 5.9 dapat dilihat bahwa penilaian responden terhadap dimensi bukti langsung (*tangible*) di Apotek Grya Candra Klungkung menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap aspek-aspek fisik apotek. Papan nama dan lokasi apotek mendapatkan penilaian dengan 91% responden puas terhadap papan nama mudah ditemukan dan lokasi

apotek strategis. Penataan obat juga mendapatkan respons positif dengan 93% responden menyatakan obat ditata dengan menarik dan rapi. Ruang tunggu apotek juga dinilai bersih dan rapi oleh 93% responden. Namun, ketersediaan brosur atau display mendapatkan penilaian terendah dengan hanya 80% responden yang merasa tersedia. Sementara itu, 92% responden puas terhadap pakaian karyawan apotek yang terlihat rapi. Secara keseluruhan, dimensi bukti langsung mendapatkan nilai rata-rata 90%, menunjukkan bahwa responden umumnya sangat puas dengan aspek fisik dan penampilan apotek.

2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Tabel 5.10 Penilaian Responden pada Dimensi Keandalan

No	Pertanyaan	Jawaban					n	Total	Rata-Rata	%
		STP	TP	CP	P	SP				
6	Pelayanan cepat dan segera	0	0	0	28	44	72	332	4,61	91
7	Karyawan apotek memberikan saran rekomendasi produk yang sesuai dengan keluhan kesehatan konsumen UPDS (Upaya Pengobatan Diri Sendiri)	0	0	0	33	39	72	327	4,54	91
8	Karyawan apotek dapat memberikan solusi obat lain yang memiliki fungsi serupa, jika obat yang dibutuhkan konsumen tidak tersedia	0	0	0	31	41	72	329	4,56	92
9	Harga obat di apotek wajar	0	0	16	26	26	72	334	4,63	93
10	Obat tepat sesuai dengan kebutuhan	0	0	0	24	48	72	336	4,66	90
Nilai Rata-rata										92

Berdasarkan tabel 5.9 menyajikan penilaian responden terhadap dimensi keandalan di Apotek Grya Candra Klungkung. Mayoritas responden, dengan nilai

rata-rata keseluruhan mencapai 92%, memberikan penilaian positif terhadap keandalan apotek. Pelayanan yang cepat dan segera mendapatkan nilai dari responden dengan 91% konsumen menyatakan sangat puas. Karyawan apotek juga dinilai kompeten dalam memberikan saran dan rekomendasi produk yang sesuai dengan keluhan kesehatan konsumen, dengan 91% responden yang puas. Kemampuan karyawan apotek dalam memberikan solusi obat lain yang memiliki fungsi serupa jika obat yang dibutuhkan konsumen tidak tersedia juga mendapatkan penilaian positif dari 92% responden. Selain itu, 93% responden puas terhadap harga obat di apotek wajar dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Tabel 5.11 Penilaian Responden pada Dimensi Daya Tanggap

No	Pertanyaan	Jawaban					n	Total	Rata-Rata	%
		STP	TP	CP	P	SP				
11	Karyawan apotek selalu menyapa konsumen	0	0	0	36	36	72	324	4,50	90
12	Karyawan apotek mengucapkan “terimakasih, semoga sehat selalu”	0	0	0	32	40	72	328	4,55	91
13	Karyawan apotek bersedia membantu kapanpun dibutuhkan	0	0	0	38	34	72	322	4,47	89
14	Karyawan apotek selalu murah senyum dan ramah	0	0	0	35	37	72	325	4,51	90
15	Karyawan apotek selalu menanggapi keluhan pasien	0	0	0	32	40	72	322	4,55	91
Nilai Rata-rata										90

Berdasarkan Tabel 5.11, responden memberikan penilaian positif terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*) apotek dengan nilai rata-rata keseluruhan mencapai 90%. Sebanyak 90% responden merasa puas terhadap karyawan apotek

selalu menyapa responden, menunjukkan keramahan dan perhatian terhadap konsumen. Ucapan terima kasih dan harapan agar konsumen sehat selalu dinilai puas oleh 91% responden, menandakan bahwa karyawan apotek peduli dengan kesejahteraan responden. Karyawan apotek juga dinilai responsif dan bersedia membantu konsumen kapanpun dibutuhkan, dengan 89% konsumen yang merasa puas. Selain itu, 90% responden merasa bahwa karyawan apotek murah senyum dan ramah, menciptakan suasana yang nyaman dan positif. Terakhir, 91% responden puas bahwa karyawan apotek selalu menanggapi keluhan pasien dengan baik.

4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Tabel 5.12 Penilaian Konsumen pada Dimensi Jaminan

No	Pertanyaan	Jawaban					n	Total	Rata-Rata	%
		STP	TP	CP	P	SP				
16	Obat yang dijual asli	0	0	0	23	49	72	337	4,68	93
17	Obat yang dijual tidak kadaluarsa	0	0	0	23	49	72	337	4,68	93
18	Pengetahuan dan keterampilan karyawan apotek	0	0	0	29	43	72	331	4,59	91
19	Obat yang dibutuhkan konsumen selalu tersedia di apotek	0	0	0	26	43	72	327	4,54	90
20	Petugas apotek jujur dan dapat dipercaya	0	0	0	28	44	72	333	4,61	92
Nilai Rata-rata										92

Berdasarkan tabel 5.12 menunjukkan penilaian responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*) di Apotek Grya Candra Klungkung. Secara keseluruhan, responden memberikan penilaian positif dengan nilai rata-rata 92%, yang menyatakan bahwa responden merasa puas dan percaya terhadap pelayanan yang

diberikan. Keaslian obat dengan 93% responden yang puas terhadap obat yang dijual di apotek tersebut asli. Selain itu, responden juga merasa yakin bahwa obat yang mereka beli tidak kadaluarsa, dengan 93% responden yang puas. Pengetahuan dan keterampilan karyawan apotek dengan 91% responden yang memberikan penilaian positif. Ketersediaan obat juga menjadi faktor penting bagi konsumen, dan 90% responden merasa bahwa obat yang mereka butuhkan selalu tersedia di apotek. Terakhir, 92% responden puas terhadap petugas apotek yang jujur dan dapat dipercaya.

5. Dimensi Empati (*Empathy*)

Tabel 5.13 Penilaian Responden pada Dimensi Empati

No	Pertanyaan	Jawaban					n	Total	Rata-Rata	%
		STP	TP	CP	P	SP				
21	Karyawan apotek tidak membedakan status sosial konsumen	0	0	0	30	42	72	330	4,58	91
22	Karyawan apotek memberikan perhatian kepada konsumen	0	0	0	29	43	72	331	4,59	92
23	Karyawan apotek memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta konsumen	0	0	0	27	45	72	333	4,62	92
24	Karyawan apotek mendengarkan kebutuhan konsumen	0	0	0	28	44	72	332	4,61	92
25	Pelayanan karyawan apotek sopan	0	0	0	28	44	72	332	4,61	92
Nilai Rata-rata										92

Berdasarkan Tabel 5.13, responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap dimensi empati (*empathy*) apotek dengan nilai rata-rata keseluruhan mencapai 92%. Sebanyak 91% responden merasa puas bahwa

karyawan apotek tidak membedakan status sosial mereka dalam memberikan pelayanan. Perhatian yang diberikan oleh karyawan apotek juga mendapatkan penilaian dari responden, dengan 92% responden puas. Karyawan apotek juga dinilai kompeten dalam memberikan informasi terkait cara penggunaan obat yang diminta oleh responden. Hal ini terlihat dari 92% responden yang merasa puas dan 92% responden juga merasa puas terhadap karyawan apotek yang selalu mendengarkan kebutuhan mereka. Selain itu, 92% responden memberikan penilaian positif terhadap kesopanan karyawan apotek dalam memberikan pelayanan.

5.1.4 *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*

Tabel 5.14 Perhitungan tingkat kepuasan total dengan CSI

No	Dimensi Kualitas Kepuasan	Presentase Skor	Tingkat Kepuasan
1	Dimensi Bukti Langsung	90%	Sangat Puas
2	Dimensi Keandalan	92%	Sangat Puas
3	Dimensi Daya Tanggap	90%	Sangat Puas
4	Dimensi Jaminan	92%	Sangat Puas
5	Dimensi Empati	92%	Sangat Puas
<i>Customer Satisfaction Indeks (CSI) (%)</i>		91%	Sangat Puas

Tabel 5.14 menyajikan hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (CSI) berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang sangat positif terhadap apotek, dengan indeks kepuasan mencapai 91%.

Kelima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, semuanya mendapatkan penilaian sangat puas dari responden. Dimensi keandalan, jaminan, dan empati mendapatkan skor tertinggi, yaitu 92%. Dimensi bukti langsung dan daya tanggap juga mendapatkan penilaian yang sangat puas dengan skor 90%.

5.1.5 Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra Klungkung

Nilai korelasi yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.18 berikut ini:

Tabel 5.15 Hasil Nilai Korelasi

		Kualitas_x	Kepuasan_y
Kualitas_x	Pearson Correlation	1	.904***
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	25	25
Kepuasan_y	Pearson Correlation	.904***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	25	25

Dapat dilihat dari tabel 5.15 hasil (*output correlations*), terlihat bahwa kualitas pelayanan angka korelasinya = 0.904 dan Sig = 0.001. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara Kualitas_x dan Kepuasan_y.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung yang berusia 18-50 tahun. Total responden utama adalah 72 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin berdasarkan populasi yang diteliti. Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan per bulan, dan jumlah kunjungan ke apotek.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki dengan total 41 responden (56,9%), sedangkan responden perempuan berjumlah 31 responden (43,9%). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah responden berjenis kelamin laki-laki. Jenis kelamin adalah salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menyikapi suatu produk atau jenis pelayanan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meila dkk, (2019) menyebutkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak (56,5%) dibandingkan perempuan (43,8%). Terlihat bahwa Perempuan memiliki sistem imun atau kekebalan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini dikarenakan adanya hormon estrogen yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan melawan virus. Oleh sebab itu, kategori jenis kelamin laki-laki lebih mudah terkena penyakit daripada perempuan (Meila dkk, 2019).

Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk, (2023) bahwa sebagian besar responden merupakan laki-laki sebanyak 51 responden (55,43%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 5.4 diketahui bahwa, kelompok usia < 30 tahun merupakan kelompok usia terbanyak dengan presentase 55,6%. Berdasarkan penelitian Lestari (2020) menyatakan bahwa responden dengan umur 18-30 tahun memiliki presentase terbesar yaitu 44% yang mendapatkan pelayanan kefarmasian di Apotek Berkah Sehat Sulang Mejasem Timur. Menurut Badriya (2021) menyatakan bahwa usia mencapai dewasa muda (awal 18-28 tahun) adalah periode untuk mencapai kestabilan dalam menyikapi suatu masalah. Menurut Santrock (dalam Putri, 2019), kelompok usia 18-28 tahun dikategorikan sebagai dewasa awal, yang merupakan periode transisi penting dari remaja ke dewasa. Pada tahap ini, individu mulai menunjukkan kemandirian dalam pengambilan keputusan, termasuk keputusan kesehatan seperti penggunaan obat-obatan. Kemandirian ini diyakini menjadi faktor yang mendorong partisipasi aktif kelompok usia ini dalam penelitian ini. Salah satu kriteria inklusi pada penelitian ini yaitu pasien berumur lebih dari 17 tahun, dimana usia tersebut merupakan usia produktif. Pada usia produktif seseorang cenderung mengupayakan untuk menjaga kondisi kesehatannya ketika beraktifitas padat. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Ismail (2018) yang menyatakan usia dewasa awal (18-28 tahun) memiliki presentase terbesar yaitu 88,8%, dimana pada usia dewasa awal lebih mudah untuk menjangkau apotek demi membeli obat.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 5.5 diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK merupakan presentase yang tertinggi sebanyak 70,8%. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Lestari dkk, (2022) yang dilakukan di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan yang menyatakan 64,89% responden dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SMA. Pendidikan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap daya tangkap informasi, pengetahuan dan sikap kurang minat seseorang terhadap suatu alternatif (Badriya, 2021). 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. Hal ini sejalan juga dengan penelitian Pratiwi dkk (2020) yang dilakukan di Apotek Kecamatan Sokaraja, Baturraden, Sumbang, dan Kedungbanteng yang menyatakan 47% responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA.

d. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data tabel 5.6 dapat diketahui bahwa presentase pekerjaan tertinggi adalah karyawan swasta sebanyak 48,6%. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Narendra dkk, (2017) menyatakan sebagian besar responden adalah kelompok pekerja swasta dengan presentase sebanyak 34%. Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik responden yang saling berhubungan. Menurut Sulistya, dkk (2017) pendidikan akan menentukan jenis pekerjaannya. Pekerjaan seseorang dapat memengaruhi tingkat aktivitas fisiknya,

sedangkan tingkat aktivitas fisik seseorang akan mempengaruhi kesehatannya (Badriya, 2021).

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Berdasarkan data tabel 5.7 karakteristik responden berdasarkan penghasilan dalam 1 bulan, diketahui bahwa dari 72 responden yang berpenghasilan 1-2 juta sebanyak 43,1%. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Akhmad dkk, (2017), bahwa sebagian besar responden adalah responden dengan penghasilan per bulan nya 1-2 juta dengan presentase sebanyak 60,48%. Tingkat pendapatan tiap bulan dapat menggambarkan tingkat perekonomian keluarga, dimana perekonomian ini sangat mempengaruhi pola kehidupan seseorang. Menurut Suwendro (2024), bahwa pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan mempunyai hubungan sebab akibat. Sehingga, secara tidak langsung hal ini juga akan mempengaruhi kepuasan seseorang. Seseorang yang berpenghasilan di atas rata-rata mempunyai minat yang lebih tinggi dalam memilih pelayanan kesehatan, responden yang memiliki penghasilan yang tinggi kepuasannya juga tidak berpengaruh terhadap biaya yang di keluarkan, di bandingkan responden yang berpenghasilan yang rendah yang terpengaruh oleh biaya yang di keluarkan.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Ke Apotek

Berdasarkan tabel 5.8 dapat dilihat dari penyebaran kuesioner berdasarkan frekuensi kedatangan bahwa sebagian besar pasien yang menjadi responden paling banyak yaitu responden yang berkunjung lebih dari 5 kali ke Apotek Grya Candra Klungkung yaitu sebesar 38,9%, dari data yang ada dapat diketahui bahwa responden yang datang lebih dari 5 kali memiliki jumlah terbanyak, hal ini dapat

diartikan jika kebanyakan responden memang sudah sering kali datang ke Apotek Grya Candra Klungkung untuk membeli kebutuhan obat- obatan. Hal ini sesuai dengan penelitian Ismail (2018), menyatakan bahwa responden rata-rata berkunjung ke apotek sudah lebih dari 5 kali dengan presentase 38,89% sehingga kedatangan responden kembali ke apotek cukup besar.

5.2.2 Distribusi Frekuensi Nilai Dari Responden

Terdapat 5 dimensi yang mewakili persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa, diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

a. Dimensi Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung meliputi penampakan dan fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan apotek. Penampilan fisik apotek akan berpengaruh pada evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan apotek. Adapun penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden untuk dimensi bukti langsung dapat dilihat pada tabel 5.9.

Berdasarkan tabel 5.9 dilihat bahwa penilaian responden terhadap dimensi bukti langsung (*tangible*) di Apotek Grya Candra Klungkung menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memberikan penilaian positif terhadap aspek-aspek fisik apotek. Papan nama dan lokasi apotek mendapatkan penilaian dengan 91% responden puas terhadap papan nama mudah ditemukan dan lokasi apotek strategis. Pentingnya letak apotek ditempat yang strategis agar dapat ditinjau langsung oleh konsumen seberapa mudah akses yang bisa didatangi oleh konsumen serta dapat menentukan minat beli konsumen.

Penataan obat mendapatkan respons positif dengan 93% responden menyatakan obat ditata dengan menarik dan rapi. Ruang tunggu apotek juga dinilai bersih dan rapi oleh 93% responden. Namun, ketersediaan brosur atau display mendapatkan penilaian terendah dengan hanya 80% responden yang merasa puas. Tersedianya informasi kesehatan bagi pasien berupa brosur, leaflet, poster atau majalah kesehatan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan manfaat sehingga dapat memperbaiki kualitas hidup konsumen. Sementara itu, 92% responden puas terhadap pakaian karyawan apotek yang terlihat rapi. Letak apotek yang strategis, penataan obat rapi, terdapat ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti tempat brosur serta petugas apotek yang berpenampilan rapi akan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa apotek harus mudah diakses oleh masyarakat (Permenkes, 2016).

Secara keseluruhan, dimensi bukti langsung mendapatkan nilai rata-rata 90%, menunjukkan bahwa responden umumnya sangat puas dengan aspek fisik dan penampilan apotek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2022) di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan, didapatkan hasil pada dimensi bukti fisik sebesar 98,69% (sangat puas). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk (2023), bahwa hasil indikator tingkat kepuasan pada dimensi *tangible* sebesar 83,11% dengan kategori sangat puas. Artinya hal ini menunjukkan fasilitas yang menunjang dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, penampilan petugas yang meyakinkan, serta lingkungan yang bersih, rapi dan nyaman sehingga kebutuhan mereka dapat terpenuhi yang pada akhirnya

menimbulkan kepuasan pada konsumen. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pazri dkk, (2023) bahwa didapatkan hasil rata-rata dari parameter bukti langsung sebesar 86,9% dikategorikan sangat puas.

b. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya merupakan keandalan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama tanpa kesalahan untuk semua konsumen, simpatik (Qomariyah, 2021). Pada tabel 5.9 yang menyajikan penilaian responden terhadap dimensi keandalan di Apotek Grya Candra Klungkung. Pelayanan yang cepat dan segera mendapatkan nilai dari responden dengan 91% responden menyatakan sangat puas. Karyawan apotek juga dinilai kompeten dalam memberikan saran dan rekomendasi produk yang sesuai dengan keluhan kesehatan responden, dengan 91% responden yang puas. Kemampuan karyawan apotek dalam memberikan solusi obat lain yang memiliki fungsi serupa jika obat yang dibutuhkan konsumen tidak tersedia juga mendapatkan penilaian positif dari 92% responden. Selain itu, 93% responden puas terhadap harga obat di apotek wajar dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata mencapai 92%, memberikan penilaian positif terhadap keandalan apotek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2022) di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan, didapatkan hasil pada dimensi keandalan sebesar 99,01% (sangat puas). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk (2023), bahwa hasil indikator tingkat kepuasan pada dimensi keandalan sebesar 82,60% dengan

kategori sangat puas. Tingginya tingkat kepuasan pada dimensi keandalan mencerminkan bahwa karyawan di apotek memberikan pelayanan yang sangat baik (Rikomah, dkk 2023). Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narendra dkk, (2017) bahwa didapatkan hasil rata-rata dari dimensi keandalan sebesar 90,7% dikategorikan sangat puas.

c. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Respon karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap merupakan penjelasan dari *responsiveness*. Daya tanggap yang diberikan apotek secara baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen (Qomariyah, 2021). Dilihat pada tabel 5.11, responden memberikan penilaian positif terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*). Sebanyak 90% responden merasa puas terhadap karyawan apotek selalu menyapa, menunjukkan keramahan dan perhatian terhadap responden. Ucapan terima kasih dan sehat selalu dinilai puas oleh 91% responden, menandakan bahwa karyawan apotek peduli dengan kesejahteraan konsumen. Karyawan apotek juga dinilai responsif dan bersedia membantu konsumen kapanpun dibutuhkan, dengan 89% responden yang merasa puas. Selain itu, 90% responden merasa bahwa karyawan apotek murah senyum dan ramah, menciptakan suasana yang nyaman dan positif. Terakhir, 91% responden puas bahwa karyawan apotek selalu menanggapi keluhan konsumen dengan baik.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata mencapai 92%, memberikan penilaian positif terhadap daya tanggap apotek. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2022) di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan,

didapatkan hasil pada dimensi daya tanggap sebesar 98,09% (sangat puas). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk (2023), bahwa hasil indikator tingkat kepuasan pada dimensi ketanggapan sebesar 88,85% dengan kategori sangat puas. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narendra dkk, (2017) bahwa didapatkan hasil rata-rata dari dimensi keandalan sebesar 90,7% dikategorikan sangat puas.

d. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan (*Assurance*) merupakan dimensi mutu pelayanan yang berupa adanya jaminan yang mencakup pengetahuan dan keterampilan petugas, kesopanan dan keramahan, kemampuan dalam berkomunikasi, sifat dapat dipercaya dan adanya jaminan keamanan (Supranto, 2017). Dilihat pada tabel 5.12 menunjukkan penilaian responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*) di Apotek Grya Candra Klungkung. Keaslian obat dengan 93% responden yang puas terhadap obat yang dijual di apotek tersebut asli. Selain itu, konsumen juga merasa yakin bahwa obat yang mereka beli tidak kadaluarsa, dengan 93% responden yang puas. Pengetahuan dan keterampilan karyawan apotek dengan 91% responden yang memberikan penilaian positif. Ketersediaan obat juga menjadi faktor penting bagi konsumen, dan 90% responden merasa bahwa obat yang mereka butuhkan selalu tersedia di apotek. Terakhir, 92% responden puas terhadap petugas apotek yang jujur dan dapat dipercaya.

Secara keseluruhan, responden memberikan penilaian positif dengan nilai rata-rata 92%, yang menyatakan bahwa responden merasa puas dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang

dilakukan oleh Narendra dkk, (2017) di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung, bahwa didapatkan hasil rata-rata dari dimensi jaminan sebesar 88,04% dikategorikan sangat puas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk (2023), bahwa hasil indikator tingkat kepuasan pada dimensi jaminan sebesar 85,43% dengan kategori sangat puas. Artinya karyawan apotek mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam bekerja, obat yang dibeli dijamin kualitasnya, obat yang di jual tidak kadaluarsa dan karyawan apotek jujur dan dapat dipercaya. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pazri dkk (2023), didapatkan hasil pada dimensi jaminan sebesar 89,7% (sangat puas).

e. Dimensi Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) merupakan tanggapan responden terhadap perhatian secara personal yang diberikan petugas apotek (Lestari, 2021). Pada tabel 5.13, dapat dilihat responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap dimensi empati (*empathy*) apotek dengan nilai rata-rata keseluruhan mencapai 92%. Sebanyak 91% responden merasa puas bahwa karyawan apotek tidak membedakan status sosial mereka dalam memberikan pelayanan. Perhatian yang diberikan oleh karyawan apotek juga mendapatkan penilaian dari responden, dengan 92% responden puas. Karyawan apotek juga dinilai kompeten dalam memberikan informasi terkait cara penggunaan obat yang diminta oleh konsumen. Hal ini terlihat dari 92% responden yang merasa puas dan 92% responden juga merasa puas terhadap karyawan apotek yang selalu mendengarkan kebutuhan mereka. Selain itu, 92% responden memberikan

penilaian positif terhadap kesopanan karyawan apotek dalam memberikan pelayanan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narendra dkk, (2017) di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung, bahwa didapatkan hasil rata-rata dari dimensi empati sebesar 92,27% dikategorikan sangat puas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rikomah dkk (2023), bahwa hasil indikator tingkat kepuasan pada dimensi empati sebesar 88,86% dengan kategori sangat puas. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2022) yang dilakukan di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan, didapatkan hasil pada dimensi empati sebesar 87,83% (sangat puas).

5.2.3 *Costumer Satisfaction Indeks (CSI)*

CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Widodo, 2018). CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut produk/jasa. Nilai hasil CSI bisa dilihat pada tabel 5.14 yang menyajikan hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (CSI) berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Hasilnya menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap apotek, dengan indeks kepuasan mencapai 91% dikategori sangat puas.

Kelima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, semuanya mendapatkan penilaian sangat puas dari responden. Dimensi keandalan, jaminan, dan empati mendapatkan skor tertinggi,

yaitu 92% dikategorikan sangat puas. Dimensi bukti langsung dan daya tanggap juga mendapatkan penilaian yang sangat puas dengan skor 90% dengan kategori sangat puas.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narendra dkk, (2017) di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung, bahwa didapatkan perhitungan CSI dikategorikan sangat puas dengan hasil pada parameter ketanggapan mendapatkan nilai presentase 91,3% dikategorikan sangat puas, parameter keandalan dengan presentase 90,2% dikategorikan sangat puas, parameter jaminan dengan presentase 89,7% dengan kategori sangat puas, parameter empati dengan presentase 92,6% dengan kategori sangat puas, dan parameter bukti langsung dengan presentase 86,9 dikategorikan sangat puas. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2022) yang dilakukan di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan, didapatkan nilai rata-rata tingkat kepuasan dari seluruh dimensi sebesar 98,76% (sangat puas).

5.2.4 Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra Klungkung

Korelasi sederhana dipergunakan dalam melihat hubungan antar 2 variabel, serta bila terdapat korelasi, bagaimanakah arah hubungan itu. Eratnya hubungan antar variabel dinamakan koefisien korelasi. Dapat dilihat pada tabel 5.18 hasil (*output*) *Correlations*, terlihat bahwa kualitas pelayanan angka korelasinya =0.904 dan Sig = 0.001. 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 Grya Candra Klungkung, 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 Grya Candra Klungkung adanya korelasi yang signifikan antara variabel X1 dan Y1. Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Lestari dkk, (2022) untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen pada Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.927, dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi sebesar 0.927 tersebut mempunyai arti bahwa hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen adalah kuat (Kamaludin, 2019).

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya candra klungkung tahun 2025 adalah sangat puas dengan nilai rata-rata CSI sebesar 91%.
2. Nilai kualitas pelayanan yang didapatkan konsumen menunjukkan bahwa 72 responden yang datang ke Apotek Grya Candra Klungkung didapatkan nilai dari tiap dimensi yang berbeda-beda. Pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dan daya tanggap (*responsiveness*) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 90% (sangat puas). Pada dimensi keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) didapatkan nilai tingkat kepuasan sebesar 92% (sangat puas).
3. Terdapat hubungan antara tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung dengan taraf signifikansi 0,001 ($<0,05$). Sehingga disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat kuat.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran-saran yang dapat diberikan adalah:

1. Apotek Grya Candra Klungkung perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ada, atau bisa lebih ditingkatkan lagi terutama pada poin-poin yang ada pada kelima dimensi tersebut agar konsumen tercapai harapannya.

2. Diperlukan peningkatan kualitas penampilan apotek seperti tempat brosur atau *display* informasi obat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. 2020. Pelayanan Kefarmasian Yang Baik Membantu Pasien Memahami Terapi Dan Penggunaan Obat Yang Rasional. *Jurnal Kefarmasian*. 12(1). 45-52
- Akhmad, A. D, dkk. 2019. Tingkat Kepuasan Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sukarame. *Jurnal Farmasi Malahayati*. Vol 2 No 1
- Anggraini, S., dkk. 2020. Pengaruh Pengetahuan Pasien tentang Obat terhadap Praktik Swamedikasi. *Jurnal Penelitian Farmasi*, 6(2), 89-100.
- Anief, M. (1997). *Prinsip Umum Farmakologi*. Gadjah Mada University Press
- Anief, M. 2000. *Prinsip dan Dasar Manajemen Pemasaran Umum dan Farmasi, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Anief. M. 2001. *Manajemen Farmasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Arifiyanti, A. L. dan Djamaludin, R. 2017. Upaya Peningkatan Kepuasan Pasien di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Surabaya. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*. Volume 3, No. 1
- Arikunto, S. 2017. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Bumi Aksara
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 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
- Departemen Kesehatan RI. 2016. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47. 2016. *Fasilitas Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
- 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).
- Hertanto, E. 2017. Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Khan, A. 2018. *Health Complications Associated with Self-Medication*. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 1, 2–5.

- Kotler K. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P, dkk. 2013. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. John Wiley & Sons
- Kotler, P., & Keller. 2013. *Management Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia)*. Erlangga: Jakarta
- Kotler P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 11*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler P dan Kevin, LK. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Macanan jaya Cemerlang.
- Kotler P. 2006, *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lestari, A. 2021. *Konseling dalam Pelayanan Kefarmasian*. Salemba Medika
- Lestari, N. I, dkk. 2022. Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 10(1), 100-110.
- Manihuruk, E. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Apotek terhadap Kepuasan Pelanggan Swamedikasi. *Jurnal Farmasi dan Kesehatan*, 8(1), 23-35
- Muharni, N, dkk. 2023. Perilaku Masyarakat dalam Membeli Obat di Apotek. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 15-25.
- Mustika, F. 2021. Pengaruh Lingkungan Fisik Apotek terhadap Citra dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Desain Interior*, 2(2), 101-112
- Nathalia, S., dkk. 2017. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner tentang Kepuasan Pasien. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 5(1), 45-56.
- 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)
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan Kesehatan*. Jakarta: Renika Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Nurbaiti, I. Dan Utomo, W. B. 2010. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Keperawatan*. Ciputat: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Nureeyah. 2022. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nur Farma”. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nurochman, A, dkk. 2015. Studi Perilaku Masyarakat dalam Pengobatan Sendiri. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 11(1), 112-120.
- Nursalam. 2017. *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. In *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. 4th ed. Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis: Jakarta.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Irwin McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. 2019. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1990. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.
- Pazri, M, dkk. 2023. Analisis Kepuasan Pelayanan Kefarmasian di Apotek Simpang Purwakarta. *Jurnal Sains dan Kesehatan*, 9(1), 15-25
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 14. 2021. *Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Kesehatan*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73. 2016. *Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9. 2017. *Apotek*. Jakarta: Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Prasetyo, A. 2018. Efektivitas Pengobatan Mandiri dalam Menangani Penyakit Ringan. *Jurnal Ilmu Kesehatan*. 12(1), 45-50.
- Putra, A. 2020. Analisis Dimensi Kualitas Jasa pada Pelayanan Kesehatan. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 3(1), 45-56

- Putri, D. R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian Terhadap Kepuasan, Kepercayaan & Loyalitas Konsumen Apotek. *Indonesian Journal For Health*. Volume 1, No. 1.
- Qomariyah, N. 2021. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Landungsari Farma”. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rachmawati, R & Supriyadi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek XYZ. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 12(1), 45-56
- Rahmawati, N, dkk. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Pelayanan Obat Non-Resep. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 2(3),112-125.
- Ridha, N. 2017. Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*. Volume 14, No. 1. Riyanto. 2011. Aplikasi Metode Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Rikomah S.E, dkk. 2023. Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek X Kota Bengkulu. *Jurnal Farmasi dan Kesehatan*, 1(2), 20-30.
- Sari, G. 2021. Telemedicine Sebagai Media Konsultasi Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*. Vol 15.
- Sianipar, E. 2020. Swamedikasi: Pengetahuan dan Praktik Masyarakat. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 7(3), 201-210.
- Sinollah, R. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan di Apotek X. *Prosiding Seminar Nasional Farmasi*, 23-30.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Tjiptono, F. 2003. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset

Warjiman, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit X. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 5(2), 123-135.

Widodo, A. 2018. *Analisis Customer Satisfaction Index*. Rajagrafindo Persada.
World Health Organization. 1998. *The Role of The Pharmacist In Self Medication*.
The Hague, The Hague. Netherlands: WHO.

Wulandari & Wahyu Tri. 2018. *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Obat Di Apotek Kelurahan Wonokarto Kabupaten Wonogiri*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Zeithaml, V. A, dkk. 2018. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Zeithaml, V. A, dkk. 2020. *Delivering Quality Service*. The Free Press.

LAMPIRAN-LAMPIRANLampiran 1. *Informed Consent***INFORMED CONSENT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :

Umur :

Alamat :

Menyatakan bersedia untuk berperan serta menjadi subjek dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Ni Putu Juni Widiantari yang berjudul **“Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep Di Apotek Grya Candra Klungkung Tahun 2025”**.

Saya menjamin bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Klungkung, 2025

Responden

(.....)

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
HUBUNGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN OBAT NON RESEP DI APOTEK GRYA CANDRA
KLUNGKUNG TAHUN 2025

Beri tanda (✓) pada pilihan yang sesuai

KARAKTERISTIK RESPONDEN		
1	Jenis Kelamin	: <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
2	Usia	: <input type="checkbox"/> 18 – 28 Tahun <input type="checkbox"/> 29 – 39 Tahun <input type="checkbox"/> 40 – 50 Tahun
3	Pendidikan Terakhir	: <input type="checkbox"/> Tidak Tamat SD <input type="checkbox"/> SD/MI <input type="checkbox"/> SMP/MTS <input type="checkbox"/> SMA/SMK/MA <input type="checkbox"/> Diploma/Sarjana
4	Pekerjaan	: <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Karyawan Swasta <input type="checkbox"/> PNS/TNI/POLRI <input type="checkbox"/> Tenaga Kesehatan <input type="checkbox"/> Lain-lain
5	Penghasilan Per Bulan	: <input type="checkbox"/> < 1 juta <input type="checkbox"/> 1 – 2 juta <input type="checkbox"/> 2 – 3 juta <input type="checkbox"/> > 3 juta
6	Jumlah Kunjungan Ke Apotek	: <input type="checkbox"/> Baru Pertama Kali <input type="checkbox"/> 2 – 5 kali <input type="checkbox"/> > 5 kali

I. Kepuasan Konsumen

Pilih jawaban yang anda rasa tepat dengan tanda (✓) pada kolom yang sesuai

STP : Sangat Tidak Puas

P : Puas

TP : Tidak Puas

SP : Sangat Puas

CP : Cukup Puas

No	Pertanyaan	Pelayanan Yang Dirasakan					Saran
		STP	TP	CP	P	SP	
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)							
1	Papan nama dan lokasi apotek strategis						
2	Penataan obat menarik dan rapi						
3	Ruang tunggu bersih dan rapi						
4	Tersedia tempat brosur/ <i>display</i> informasi obat						
5	Pakaian karyawan apotek rapi						
Keandalan (<i>Reliability</i>)							
6	Pelayanan cepat dan segera						
7	Karyawan apotek memberikan saran rekomendasi produk yang sesuai dengan keluhan kesehatan konsumen UPDS (Upaya Pengobatan Diri Sendiri)						
8	Karyawan apotek dapat memberikan solusi obat lain yang memiliki fungsi serupa, jika obat yang dibutuhkan konsumen tidak tersedia						
9	Harga obat di apotek wajar						
10	Obat tepat sesuai dengan kebutuhan						
Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>)							
11	Karyawan apotek selalu menyapa konsumen						

12	Karyawan apotek mengucapkan “terimakasih, semoga sehat selalu”						
13	Karyawan apotek bersedia membantu kapanpun dibutuhkan						
14	Karyawan apotek selalu murah senyum dan ramah						
15	Karyawan apotek selalu menanggapi keluhan pasien						
Jaminan (<i>Assurance</i>)							
16	Obat yang dijual asli						
17	Obat yang dijual tidak kadaluarsa						
18	Pengetahuan dan keterampilan karyawan apotek						
19	Obat yang dibutuhkan konsumen selalu tersedia di apotek						
20	Petugas apotek jujur dan dapat dipercaya						
Empati (<i>Empathy</i>)							
21	Karyawan apotek tidak membedakan status sosial konsumen						
22	Karyawan apotek memberikan perhatian kepada konsumen						
23	Karyawan apotek memberikan informasi cara penggunaan obat yang diminta konsumen						
24	Karyawan apotek mendengarkan kebutuhan konsumen						
25	Pelayanan karyawan apotek sopan						

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian Kepada Apotek Grya Candra Klungkung



FAKULTAS TEKNOLOGI DAN ILMU KESEHATAN
Jl. Pulau Flores No 5 Denpasar
Email: ftks@ubdwi.com

Nomor : 006/UBD/FTIK-01/1/2025
Lamp. : -
Perihal : Permohonan Pengambilan Data Penelitian

Yth.
Kepala Apotek Grya Candra (dr. Ni Ketut Arini)

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian skripsi Program Sarjana Farmasi, Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan, Universitas Bali Dwipa dengan data di bawah ini:

Nama : Ni Putu Juni Widiyanti
NIM : 5521008
Judul Skripsi : Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra Kabupaten Klungkung Tahun 2025

Bermaksud mengajukan permohonan ijin untuk pengambilan data penelitian skripsi.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Denpasar, 24 Januari 2025

Dekan,

Ni Putu Sri Arnita, S.Pd., M.Erg
NIDN. 0808039601

Lampiran 5. Surat Kesiediaan Menjadi Lokasi Penelitian



APOTEK GRYA CANDRA
 Jln. Raya Besakih 125 Pedanan, Akah – Klungkung
 Email: apotekgryacandra125@gmail.com. Telp. 082 145 195 589. Kode Pos: 80864



Klungkung, 24 Januari 2025

No : 001/AGC/AK/2025
 Hal : Persetujuan Pengambilan Data Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Dekan
Fakultas Teknologi dan Ilmu Kesehatan
Universitas Bali Dwipa

Dengan hormat,

Menanggapi Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian No. 004/UBD/FTIK-01/XI/2025 dari Bapak/Ibu, kami dari Apotek Grya Candra memberikan izin kepada mahasiswa:

Nama	: Ni Putu Juni Widianari
NIM	: 5521008
Program Studi	: Farmasi
Fakultas	: Teknologi dan Ilmu Kesehatan Universitas Bali Dwipa

Untuk melakukan penelitian di Apotek Grya Candra dengan judul “Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep di Apotek Grya Candra Kabupaten Klungkung Tahun 2025”

Demikian surat izin ini kami berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
 Apoteker Penanggung Jawab Apotek

apt. I Komang Ahanda Yoga Murti, S.Farm.
 NIP: 199605192022031008

Lampiran 6. Data Responden

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Kategori Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Penghasilan	Jumlah Kunjungan ke Apotek
1	Perempuan	23	18-28	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	> 3 juta	> 5 kali
2	Perempuan	25	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
3	Laki-laki	21	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	2-5 kali
4	Perempuan	18	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	Baru Pertama kali
5	Laki-laki	31	29-39	SMP	Lain-lain	< 1 juta	2-5 kali
6	Laki-laki	29	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
7	Perempuan	19	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	2-5 kali
8	Perempuan	23	18-28	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 juta	2-5 kali
9	Laki-laki	47	40-50	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	2-3 juta	2-5 kali
10	Perempuan	26	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
11	Laki-laki	47	40-50	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	1-2 juta	2-5 kali
12	Laki-laki	43	40-50	SMP	Wiraswasta	1-2 juta	> 5 kali
13	Laki-laki	45	40-50	SMA/SMK	Wiraswasta	2-3 juta	2-5 kali
14	Perempuan	40	40-50	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
15	Laki-laki	46	40-50	SMP	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
16	Laki-laki	46	40-50	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	2-5 kali
17	Laki-laki	28	18-28	SMP	Lain-lain	< 1 juta	2-5 kali
18	Laki-laki	40	40-50	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
19	Perempuan	18	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	> 5 kali
20	Laki-laki	35	29-39	Diploma/Sarjana	Karyawan Swasta	> 3 juta	> 5 kali

21	Perempuan	23	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
22	Laki-laki	20	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	< 1 juta	2-5 kali
23	Laki-laki	35	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
24	Perempuan	32	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	< 1 juta	2-5 kali
25	Perempuan	23	18-28	Diploma/Sarjana	Karyawan Swasta	2-3 juta	Baru Pertama kali
26	Perempuan	23	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	< 1 juta	2-5 kali
27	Perempuan	28	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
28	Laki-laki	45	40-50	Diploma/Sarjana	Karyawan Swasta	2-3 juta	> 5 kali
29	Perempuan	19	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	Baru Pertama kali
30	Laki-laki	24	18-28	SMA/SMK	Lain-lain	< 1 juta	Baru Pertama kali
31	Laki-laki	31	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	2-5 kali
32	Perempuan	35	29-39	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	> 3 juta	> 5 kali
33	Perempuan	50	40-50	SMA/SMK	Lain-lain	< 1 juta	Baru Pertama kali
34	Laki-laki	42	40-50	Diploma/Sarjana	Karyawan Swasta	2-3 juta	2-5 kali
35	Laki-laki	40	40-50	Diploma/Sarjana	PNS/TNI/POLRI	2-3 juta	> 5 kali
36	Laki-laki	49	40-50	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	2-3 juta	> 5 kali
37	Perempuan	28	18-28	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 juta	2-5 kali
38	Perempuan	36	29-39	SMP	Lain-lain	< 1 juta	2-5 kali
39	Laki-laki	29	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
40	Laki-laki	21	18-28	Diploma/Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	> 3 juta	> 5 kali
41	Perempuan	30	29-39	Diploma/Sarjana	PNS/TNI/POLRI	2-3 juta	> 5 kali
42	Laki-laki	25	18-28	Diploma/Sarjana	Karyawan Swasta	2-3 juta	2-5 kali
43	Perempuan	23	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	> 5 kali
44	Laki-laki	45	40-50	SMP	Lain-lain	< 1 juta	2-5 kali

45	Laki-laki	22	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	Baru Pertama kali
46	Laki-laki	48	40-50	SMA/SMK	Wiraswasta	1-2 juta	> 5 kali
47	Laki-laki	42	40-50	SMA/SMK	Wiraswasta	2-3 juta	> 5 kali
48	Perempuan	27	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
49	Laki-laki	22	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
50	Laki-laki	28	18-28	SMA/SMK	Wiraswasta	2-3 juta	> 5 kali
51	Laki-laki	39	29-39	Diploma/Sarjana	PNS/TNI/POLRI	1-2 juta	> 5 kali
52	Perempuan	33	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
53	Perempuan	21	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	2-5 kali
54	Laki-laki	25	18-28	SMA/SMK	Lain-lain	1-2 juta	> 5 kali
55	Laki-laki	29	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
56	Perempuan	24	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
57	Perempuan	21	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	2-5 kali
58	Perempuan	28	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	2-5 kali
59	Perempuan	25	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	Baru Pertama kali
60	Perempuan	21	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
61	Laki-laki	20	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	2-5 kali
62	Perempuan	21	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	< 1 juta	Baru Pertama kali
63	Laki-laki	22	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali
64	Laki-laki	31	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
65	Laki-laki	28	18-28	SMA/SMK	Lain-lain	< 1 juta	Baru Pertama kali
66	Laki-laki	29	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	2-3 juta	Baru Pertama kali
67	Laki-laki	19	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	2-5 kali
68	Laki-laki	25	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	Baru Pertama kali

69	Laki-laki	30	29-39	SMA/SMK	Karyawan Swasta	2-3 juta	Baru Pertama kali
70	Perempuan	24	18-28	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1 juta	> 5 kali
71	Perempuan	22	18-28	SMA/SMK	Karyawan Swasta	1-2 juta	> 5 kali
72	Laki-laki	28	18-28	Diploma/Sarjana	PNS/TNI/POLRI	> 3 juta	2-5 kali

Lampiran 7. Data Kuesioner

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	
6	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
14	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
15	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
17	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
18	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
24	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
25	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
26	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
29	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
32	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
34	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
35	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
36	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	

38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	
41	5	5	5	1	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
42	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
43	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
46	4	4	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
49	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
51	4	5	4	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
53	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
56	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
57	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
58	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
61	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	
63	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
65	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
68	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	
69	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
70	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
71	5	4	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
JUMLA	330	337	335	289	330	332	327	329	334	336	324	328	322	325	328	337	337	331	327	332	330	331	333	332	332	
RATA2	4.583	4.681	4.653	4.014	4.583	4.611	4.542	4.569	4.639	4.667	4.5	4.556	4.472	4.514	4.556	4.681	4.681	4.597	4.542	4.611	4.583	4.597	4.625	4.611	4.611	

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas

Dimensi Tingkat Kepuasan	Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Keandalan (<i>Reliability</i>)	1	0,592	0,361	Valid
	2	0,667	0,361	Valid
	3	0,617	0,361	Valid
	4	0,808	0,361	Valid
	5	0,688	0,361	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)	1	0,667	0,361	Valid
	2	0,724	0,361	Valid
	3	0,755	0,361	Valid
	4	0,723	0,361	Valid
	5	0,558	0,361	Valid
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	1	0,856	0,361	Valid
	2	0,563	0,361	Valid
	3	0,766	0,361	Valid
	4	0,684	0,361	Valid
	5	0,634	0,361	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsivennes</i>)	1	0,663	0,361	Valid
	2	0,589	0,361	Valid
	3	0,747	0,361	Valid
	4	0,719	0,361	Valid
	5	0,764	0,361	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)	1	0,677	0,361	Valid
	2	0,786	0,361	Valid
	3	0,676	0,361	Valid
	4	0,789	0,361	Valid
	5	0,773	0,361	Valid

Sumber: Rikomah dkk, 2023

Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	25

Sumber: Rikomah dkk, 2023

Lampiran 10. Hasil Tingkat Kepuasan Keseluruhan

Hasil *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

No	Dimensi Kualitas Kepuasan	Presentase Skor	Tingkat Kepuasan
1	Dimensi Bukti Langsung	90%	Sangat Puas
2	Dimensi Keandalan	92%	Sangat Puas
3	Dimensi Daya Tanggap	90%	Sangat Puas
4	Dimensi Jaminan	92%	Sangat Puas
5	Dimensi Empati	92%	Sangat Puas
<i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI) (%)		91%	Sangat Puas

Kategori Kepuasan

Kategori	Persentase
Sangat Tidak Puas	0%-20%
Tidak Puas	21%-40%
Cukup Puas	41%-60%
Puas	61%-80%
Sangat Puas	81%-100%

Lampiran 11. Materi Breafing

Hubungan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Obat Non Resep Di Apotek Grya Candra Klungkung Tahun 2025

Tujuan Breafing

Briefing ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh pegawai Apotek Grya Candra Klungkung mengenai pentingnya partisipasi dalam penyebaran kuesioner penelitian skripsi serta memberikan panduan dalam membantu konsumen dalam pengisian kuesioner tersebut.

Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat non resep di Apotek Grya Candra Klungkung. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi apotek dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam pelayanan obat non resep

Peran Pegawai Apotek

Sebagai pegawai apotek, Anda memiliki peran penting dalam membantu penyebaran kuesioner kepada konsumen yang datang ke apotek. Peran yang diharapkan antara lain:

- Memberikan informasi singkat kepada konsumen mengenai penelitian yang sedang dilakukan.
- Mengajak konsumen untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner dengan sukarela.
- Membantu jika ada konsumen yang mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan dalam kuesioner.
- Menjaga sikap profesional dan ramah agar konsumen merasa nyaman dalam mengisi kuesioner.
- Memastikan bahwa kuesioner diisi dengan lengkap dan dikumpulkan dengan baik.

Prosedur Penyebaran Kuesioner

1. Pegawai memberikan kuesioner kepada konsumen yang telah selesai melakukan transaksi pembelian obat non resep.
2. Pegawai menjelaskan secara singkat bahwa penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di apotek.

3. Jika konsumen bersedia, pegawai dapat memberikan waktu bagi mereka untuk mengisi kuesioner di area yang telah disediakan.
4. Setelah kuesioner selesai diisi, pegawai mengumpulkan dan menyimpannya di tempat yang telah ditentukan

Hal-hal yang Harus Diperhatikan

1. Pegawai tidak boleh memaksa konsumen untuk mengisi kuesioner jika mereka tidak bersedia.
2. Pastikan kuesioner hanya diisi oleh konsumen yang membeli obat non resep dengan ketentuan berumur 18-50 tahun, bisa berkomunikasi, membaca, dan menulis dengan baik.
3. Jaga kerahasiaan jawaban konsumen dan pastikan tidak ada unsur paksaan dalam pengisian kuesioner.
4. Jika ada konsumen yang bertanya lebih lanjut mengenai penelitian ini, berikan jawaban yang sesuai atau arahkan ke peneliti yang bertanggung jawab

Manfaat dan Partisipasi Pegawai

- Membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan apotek berdasarkan masukan dari konsumen.
- Memberikan pengalaman dalam berinteraksi dengan konsumen secara lebih dekat.
- Meningkatkan keterampilan komunikasi dan pelayanan terhadap pelanggan.

Penanggung jawab

- Nama Peneliti : Ni Putu Juni Widiantari
- Kontak : 081803648980

~Terima Kasih Atas Perhatian Dan Kerja Samanya~

Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian

