



ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN KEFARMASIAN DI APOTEK KELUARGA 3 STIFAR

Rahmayati Rusnedy¹  Siti Hizra Alpatiqa², Siti Riani³, Mira Febrina⁴, Nofri Hendri Sandi⁵, Hanifah Siti Aisyah⁶,

¹⁻⁵ Program Studi Profesi Apoteker, Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Riau;

⁶ Program Studi Magister, Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Riau; Apotek Keluarga 3 STIFAR
rahmayatirusnedy@stifar-riau.ac.id; rahmayatikenedy@gmail.com

Abstrak

Kegiatan analisis pelayanan kefarmasian secara rutin diperlukan untuk mempertahankan keunggulan yang sudah ada dan secara konsisten meningkatkan mutu pelayanan pada dimensi-dimensi yang masih kurang dalam standar penilaian sehingga ketika tingkat kepuasan pelanggan belum tercapai, tentunya hal ini akan menjadi fokus penting bagi manajemen apotek dalam rangka memperbaiki kualitas kepuasan terhadap pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Apotek Keluarga 3 Stifar. Penelitian ini merupakan penelitian retrospektif dengan metode *cross sectional* dengan pengambilan sampel yang memenuhi kriteria secara *purposive sampling* terhadap pelanggan yang membeli obat. Instrumen penelitian ini menggunakan Konsep *Servqual* yang akan berfokus pada 3 dimensi, diantaranya dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan *Empathy* yang pada masing-masing dimensi ini disusun 3 poin pertanyaan berdasarkan bentuk pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan apotek keluarga 3 Stifar Riau kepada pelanggan. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan responsiveness (ketanggapan) termasuk kategori sangat puas (85%), Reliability (kehandalan) 84% termasuk kategori Sangat Puas dan Empati 87% (Sangat Puas). Berdasarkan evaluasi terhadap kepuasan pelanggan yang dinilai berdasarkan dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan *Empathy* berada pada tingkat "Sangat Memuaskan", dengan nilai rata-rata ketiga dimensi yang diujikan sebesar 85%.

Kata Kunci: *Analisis, Kepuasan Pelanggan, Apotek*

Abstract

Pharmaceutical service analysis activities are needed to maintain existing excellence and consistently improve quality services in dimensions that are still lacking in assessment standards so that when the level of customer satisfaction has not been achieved, of course this will be an important focus for pharmacy management in order to improve the quality of satisfaction with services. The purpose of this study was to analyze the level of customer satisfaction with services at Apotek Keluarga 3 Stifar. This study is a retrospective study with a cross-sectional method with sampling that meets the criteria by purposive sampling of customers who buy medicine. This research instrument uses the Servqual Concept which will focus on 3 dimensions, including the dimensions of Responsiveness, Reliability and Empathy, in each of which 3 question points are arranged based on the form of service that has been provided by employees of the Pharmacy Family 3 Stifar Riau to customers. The evaluation results show the level of customer satisfaction responsiveness (responsiveness) is included in the very satisfied category (85%), Reliability (reliability) 84% is included in the Very Satisfied category and Empathy 87% (Very Satisfied). Based on the evaluation of customer satisfaction assessed based on the dimensions of Responsiveness, Reliability and Empathy, it is at the "Very Satisfactory" level, with an average value of the third dimension tested of 85%.

Keywords: *Analysis, Customer Satisfaction, Pharmacy*

@Jurnal Ners Prodi Sarjana Keperawatan & Profesi Ners FIK UP 2025

 Corresponding author :

Address : Jl. Kamboja, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru

Email : Rahmayatirusnedy@stifar-riau.ac.id

Phone : 082387316039

PENDAHULUAN

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 menerangkan bahwa apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh Apoteker. Apotek pada saat ini, sudah sudah mengalami sedikit pergeseran kegunaan dimana selain untuk memberikan pelayanan kesehatan, apotek juga sebagai bisnis yang menguntungkan (Amara, M. P., dkk. 2024). Istilah Apotek sebagai bisnis ini memang bukan hal baru lagi. Hal ini bisa dibuktikan dengan sudah menjamurnya bisnis apotek di seluruh wilayah di Indonesia, terlebih khususnya lagi di wilayah Pekanbaru. Hal tersebut membuat Apotek Keluarga 3 Stifar Riau memiliki tekad untuk terus berbenah diri dengan cara memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggannya. Terciptanya kepuasaan pelanggan ini dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, laba yang diperoleh meningkat (Tjiptono, 1997).

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan 73 tahun 2016 (Permenkes 2016), Untuk menjamin mutu Pelayanan Kefarmasian di Apotek, harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian, dengan metode survey yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada penelitian ini memakai konsep *ServQual*. konsep *ServQual* ini terdiri dari lima dimensi yakni, dimensi Kehandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*tangibles*) (Zeithmal et al.:1985).

Kepuasan pelanggan merupakan bahan bakar utama dalam rangka memajukan bisnis termasuk juga di apotek sehingga diperlukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kegiatan evaluasi dan monitoring pelayanan kefarmasian secara rutin diperlukan untuk mempertahankan keunggulan yang sudah ada dan secara konsisten meningkatkan mutu pelayanan pada dimensi-dimensi yang masih kurang dalam standar penilaian sehingga ketika tingkat kepuasan pelanggan belum tercapai, tentunya hal ini akan menjadi fokus penting bagi manajemen apotek dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanannya (Kurniawan dkk 2023). Oleh sebab itu, diperlukan sebuah penelitian mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Keluarga 3 Stifar Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Apotek keluarga 3 Stifar Riau dan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan.

METODE

Penelitian ini merupakan studi retrospektif dengan metode *cross sectional* dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* terhadap 30 orang pelanggan yang membeli obat di apotek Keluarga 3 Stifar Riau. Sampel adalah pelanggan yang berkunjung ke apotek keluarga pada tanggal 4-18 februari 2025.

Untuk pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner terhadap pelanggan yang membeli obat di apotek. Penyebaran kuisioner ini dilakukan selama 14 hari terhitung tanggal 4 sampai dengan 18 februari 2025. Proses pengambilan data dilakukan secara *purposive sampling* kepada pelanggan yang memenuhi kriteria.

Instrumen penelitian ini menggunakan Konsep *Servqual* yang akan berfokus pada 3 dimensi, diantaranya dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan *Empathy* yang pada masing-masing dimensi ini disusun 3 poin pertanyaan berdasarkan bentuk pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan apotek keluarga 3 Stifar Riau kepada pelanggan yang tetap mengacu pada konsep *Servqual*.

Dimensi *Responsiveness* pada penelitian ini fokus pada kemampuan dalam pemberian pelayanan yang cepat tanggap. Dimensi *Reliability* berfokus pada kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah dan memberikan pelayanan secara akurat dan pasti. Sedangkan dimensi *Empathy* difokuskan pada kemampuan memberikan perhatian personal kepada pelanggan kemampuan untuk selalu berusaha mengenal pelanggan beserta kebutuhannya, dan juga tentang jam operasional yang nyaman dalam melakukan komunikasi yang baik.

Kriteria pelanggan yang menjadi responden sampel pada penelitian ini, diantaranya;

1. Sudah pernah membeli obat di apotek keluarga 3 Stifar Riau, minimal 2 kali.
2. Bersedia menjadi responden
3. Sudah berusia 18 tahun

Pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini, mengacu pada jumlah rata-rata pelanggan yang membeli obat di apotek keluarga 3 Stifar dalam 1 hari yang berkisar 65 sampai dengan 100 pembeli. Menurut Gay, Mills dan Airasian (2009) untuk penelitian metode deskriptif, minimal 10% populasi, untuk populasi yang relatif kecil minimal 20%, sedangkan untuk penelitian korelasi diperlukan sampel sebesar 30 responden. Berdasarkan perhitungan persentase tersebut, jumlah pembeli terbanyak dalam 1 hari dengan persentase 30% sehingga ditemukan sampel pada penelitian ini sebanyak 30 orang. Jumlah sampel ini sudah memenuhi standar dalam melakukan sebuah penelitian.

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. Kuisioner ini disusun menggunakan skala Likert (Thody dkk, 2022) yang terdiri dari 4 kategori jawaban yaitu :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
2. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
3. Setuju (S) dengan skor 3
4. Sangat Setuju (S) dengan skor 4.

Untuk menentukan kategori tingkat kepuasan, terlebih dahulu dapat melakukan scoring untuk semua jawaban yang diperoleh responden. Berikut hitungannya:

$$\% \text{ skor} = \frac{\text{Total Skor diperoleh}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, pengkategorian dibagi menjadi 4 kategori tingkat kepuasan, diantaranya:

1. Sangat puas: 76% -100%
2. Puas : 51% -75%
3. Kurang puas : 26% -50%
4. Tidak puas : 0% -25%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Apotek keluarga 3 Stifar Riau dan melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan apabila nantinya ditemukan tingkat kepuasan pelanggan yang rendah, sehingga terciptanya pelayanan yang maksimal. Pada penelitian ini tidak akan menerapkan kelima dimensi tersebut, hanya memfokuskan pada pengukuran 3 dimensi, diantaranya *Reliability*, *Responsiveness* dan dimensi *Empathy*. Alasannya, agar lebih memfokuskan kepada bentuk pelayanan langsung ataupun pelayanan yang berlangsung antara 2 pihak, yakni karyawan apotek (petugas kefarmasian) dengan pembeli.

Alasan memilih dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan dimensi *Empathy* dikarenakan perilaku pembeli pada saat sekarang ini lebih cenderung mengutamakan kecapatan, ketepatan, dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Pengalaman menyenangkan dalam hal ini dimaksudkan lebih kepada perhatian personal yang didapatkan oleh pembeli saat berbelanja, sedangkan untuk dimensi *tangibles* dan dimensi *assurance* tidak dilakukan dalam penelitian ini dikarenakan *pertama*, dimensi *tangibles* lebih berfokus pada bentuk fisik ataupun yang terlihat saja. Misalnya, tampilan apotek, bangunan apotek beserta perlengkapannya dan untuk dimensi ini sudah terpenuhi karena apotek keluarga ini merupakan apotek dengan skala bisnis yang sudah besar, tentunya dari segi fasilitas maupun perlengkapannya sudah sangat baik. Dari dimensi *assurance* juga sudah sangat baik, karena obat-

obat yang dijual terjamin keasliannya dengan harga yang sangat terjangkau. Selain itu, obat yang diminta pelanggan selalu tersedia. oleh sebab itu, hal ini sudah akan menciptakan rasa aman dan menutup perasaan keragu-raguan pada pembeli ataupun pelanggan.

Berdasarkan hasil olahan data terhadap penyebaran kuisioner yang telah dilakukan, didapatkan karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	%
1	Jenis Kelamin		
	a. LK	14	47%
	b. PR	16	53%
2	Umur		
	a. 19-44	23	76 %
	b. 45-59	3	10%
	c. 60 ke atas	4	14%

Dari tabel.1 diatas, pelanggan yang memenuhi kriteria sebagai sampel pada penelitian ini, baik itu berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dari penyebaran kuisioner penelitian, berjumlah lebih kurang sama. Namun jika dilihat dari segi usia, diketahui pelanggan apotek Keluarga 3 Stifar Riau mayoritas berusia 19-44 tahun, yang mana menurut Permenkes No. 25 Tahun 2016, ini masuk dalam kategori usia dewasa. Selain itu, rentang usia 19-44 tahun ini termasuk pada generasi Y dan Z berdasarkan penelitian dari Bielińska (dalam wijayanti, dkk 2024). Pada usia ini, pelayanan yang dibutuhkan pelanggan lebih kepada pelayanan dengan interaksi yang cukup singkat (ketanggapan dan kecepatan) dan juga bersifat personal berdasarkan yang mereka butuhkan. Oleh sebab itu, dengan karakteristik usia pelanggan yang diperoleh ini, apotek bisa menyusun strategi pelayanan yang tepat dengan berfokus pada dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan dimensi *Empathy*.

Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Analisis data pada penelitian ini yaitu analisis distribusi frekuensi. Dari data tersebut nantinya akan diperoleh besaran tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan karyawan Apotek Keluarga 3 Stifar Riau.

Berikut data hasil tingkat kepuasan pelanggan yang diukur dari 3 dimensi *Servqual*:

Tabel 2. Hasil Rata-Rata Tingkat Kepuasan Pelanggan

N	Pertanyaan	Tingkat Kepuasan Pelanggan
1	Responsiveness	Tingkat Kepuasan 85% (Sangat Puas)

2	Reliability	Tingkat Kepuasan 84% (Sangat Puas)
3	Empathy	Tingkat Kepuasan 87% (Sangat Puas)
Tingkat rata-rata kepuasan dari 3 dimensi	Tingkat Kepuasan 85% (Sangat Puas)	

Berdasarkan tabel.2 diatas, bisa diketahui bahwa rata-rata tingkat kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan 3 dimensi *Servqual*, didapatkan pelayanan di apotek keluarga 3 Stifar Riau merasa sangat puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan oleh petugas ataupun oleh tenaga farmasi yang ada yang dibuktikan dengan rerata keseluruhan dimensi berada pada angka 85%. Sedangkan dimensi dengan tingkat kepuasan paling tinggi didapatkan pada dimensi Empathy dengan perolehan tingkat kepuasan sebesar 87%.

Rata-rata tingkat kepuasan 85% ini juga memberi penjelasan jika karyawan ataupun tenaga kefarmasian sudah melakukan pelayan terbaik kepada pelanggan. Dalam artian, karyawan sudah menerapkan standar pelayanan pelanggan yang maksimal yang nantinya bisa menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan bisa meningkatkan daya penjualan kedepannya. Selain itu, hal-hal yang sangat perlu diperhatikan oleh karyawan apotek keluarga 3 Stifar Riau adalah berupa sikap konsisten dalam memberikan pelayan terbaik kepada pelanggan.

Evaluasi Tingkat Kepuasan Pada Setiap Dimensi

a. Dimensi Responsiveness (Ketanggapan)

Dimensi Responsiveness bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Membatalkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas akan menyebabkan perspektif negative dalam kualitas pelayanan. Pada dimensi *Responsiveness* terdapat 3 instrumen pertanyaan. Instrumen ini merupakan bentuk pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan apotek keluarga 3 Stifar Riau. Berikut hasil analisisnya;

Tabel.3 Sebaran Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Responsiveness

N o	Pertanyaan	Rata- Rata	Tingkat kepuasan
Responsiveness 85% (Sangat Puas)			
1	Karyawan apotek cepat dalam merespon permintaan pembeli	84%	Sangat Puas
2	Karyawan apotek cepat dalam menyajikan obat	86%	Sangat Puas
3	Karyawan apotek cepat dalam proses transaksi pembayaran	85%	Sangat Puas

Dimensi *Responsiveness* mendapatkan nilai rerata 85% dengan kategori sangat puas. hasil

ini mendakan jika respon terhadap permintaan pembeli, penyajian obat, sampai pada proses transaksi pembayaran sudah dilakukan dengan cepat oleh karyawan ataupun tenaga kefarmasian di apotek. Sikap karyawan yang gesit ini tentunya akan menjadi nilai positif, khususnya bagi pelanggan yang sangat membutuhkan kecepatan dalam pelayanan pembelian obat. Pada dimensi *Responsiveness* ini, tidak ada permasalahan namun agar karyawan maupun tenaga kefarmasian di apotek keluarga 3 Stifar Riau bisa memelihara sikap konsistensinya dalam memberikan pelayan terbaik kepada pelanggan.

b. Dimensi Reliability (Kehandalan)

Dimensi Reliability pada penelitian ini terfokuskan pada kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah dan memberikan pelayanan secara akurat dan pasti tanpa adanya suatu kesalahan yang dilakukan oleh karyawan. Berikut data hasil tingkat kepuasan pelanggan yang diukur dari 3 dimensi *Reliability*:

Tabel.4 Sebaran Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Reliability

N o	Pertanyaan	Rata- Rata	Tingkat kepuasan
Reliability 84% (Sangat Puas)			
1	Karyawan apotek mampu menangani keluhan pembeli dan menyiapkan obat yang tepat.	83%	Sangat Puas
2	Karyawan apotek bisa diandalkan dalam mengatasi keraguan pembeli dalam memilih obat yang sesuai.	85%	Sangat Puas
3	Karyawan apotek memberikan informasi obat secara akurat dengan bahasa yang mudah di mengerti pembeli.	83%	Sangat Puas

Dimensi Reliability pada penelitian ini diperoleh rerata sebesar 84% yang masuk pada kategori sangat puas. Sedangkan pelayanan yang mendapatkan nilai paling tinggi ialah karyawan bisa di andalkan dalam mengatasi keraguan pembeli dalam memilih obat yang sesuai. Dalam hal ini, pendapat karyawan dalam hal pememilikan obat sudah sangat dipercaya oleh pelanggan. Selanjutnya, item pertanyaan tentang kemampuan menangani keluhan dan penyiapan obat serta pemberian informasi obat juga berada pada kategori yang sangat memuaskan.

Pada dimensi *reliability* ini, selain karyawan dituntut untuk mempertahankan konsistensinya, karyawan juga diharapkan agar lebih meningkatkan kemampuan, khususnya

kemampuan fokus dalam memberikan pelayanan dan juga komunikasi. Hal ini dikarenakan, item pertanyaan pada poin 1 dan 3 ini sedikit lebih rendah dibandingkan dengan item-item pelayanan yang lain.

Salah satu cara agar karyawan senantiasa tetap fokus dalam mengatasi keluhan pelanggan, karyawan disarankan untuk menghindari sikap *multitasking*. Ketika melayani pelanggan, jangan melakukan aktivitas-aktivitas lain secara bersamaan yang dapat mengganggu konsentrasi karyawan. Selau berusaha untuk bisa memahami keluhan-keluhan pelanggan agar bisa menghindari kesalahan dalam penyajian obat yang tepat. Pada segi komunikasi, khususnya pelayanan dalam memberikan informasi obat, karyawan diharapkan bisa memekai strategi komunikasi yang sesuai. misalnya, jika pelanggannya itu orang tua, maka gunakan bahasa yang mereka pakai saat berbelanja dan juga jaga intonasi suara agar tidak terlalu cepat dalam menjelaskan. Sebaliknya, jika pelanggannya muda mudah, maka disarankan untuk memakai intonasi yang cepat. karena kelompok ini cenderung membutuhkan pelayanan yang serba cepat dan tepat.

c. Dimensi Empathy (Empati)

Dimensi *Empathy* fokus pada kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian personal kepada pelanggan, kemampuan untuk selalu berusaha mengenal pelanggan beserta kebutuhannya, dan juga tentang jam operasional yang nyaman dalam melakukan komunikasi yang baik. Berikut data hasil tingkat kepuasan pelanggan yang diukur dari 3 dimensi *Empathy*:

Tabel.5 Sebaran Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi *Empathy*

N o	Pertanyaan	Rata- Rata	Tingkat kepuasan
Empathy 87% (Sangat Puas)			
1	Karyawan apotek memiliki sikap ramah dan sangat bersahabat dalam melayani pembeli	89%	Sangat Puas
2	Karyawan apotek mendengarkan keluhan pembeli dengan seksama dan penuh perhatian.	85%	Sangat Puas
3	Karyawan apotek bersedia memberikan waktu tambahan kepada pembeli dan mengulangi pemberian informasi obat dengan baik jika pelanggan masih belum mengerti.	86%	Sangat Puas

Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa pada dimensi *Empathy*, kepuasan pelanggan berada pada tingkat sangat memuaskan dengan nilai rerata

yang diperoleh sebesar 87%. Ini merupakan rerata nilai dimensi kepuasan paling tinggi daripada dimensi sebelumnya. hal ini menandakan bahwa karyawan memiliki rasa empati yang sangat tinggi kepada pelanggan. Karyawan senantiasa sangat bersahabat dalam melakukan pelayanan. Sudah sangat baik menjadi pendengar bagi pelanggan dengan semua keluhan-keluhannya, dan sudah memberikan perhatian personal kepada semua pelanggan yang membutuhkan hal tersebut.

Pada dimensi empati ini, dinilai sudah tidak perlu dilakukan evaluasi pelayanan. Pelayanan yang diberikan sudah sangat maksimal, namun karyawan tetap harus menjaga konsistensi dan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik.

SIMPULAN

Berdasarkan evaluasi terhadap kepuasan pelanggan yang dinilai berdasarkan dimensi *Responsiveness*, *Reliability* dan *Empathy* berada pada tingkat “Sangat Memuaskan”, dengan nilai rata-rata ketiga dimensi yang diujikan sebesar 85%. Penilaian sangat memuaskan dari pelanggan ini tentunya merupakan hasil dari pelayanan maksimal yang selalu diberikan oleh karyawan ataupun petugas kefarmasian di Apotek keluarga 3 Stifar Riau. Secara keseluruhan, tidak ada masalah terkait pelayanan. Hanya saja, karyawan diharapkan untuk menjaga konsistensi pelayanan yang telah diberikan agar selalu terbangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan, tercipta loyalitas, yang pada akhirnya akan meningkatkan pemasukan apotek dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amara, M. P., Harsono, T., Achmad, D. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Rafa Farma 2 Surabaya, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 92-111.
- Arikunto, Suharsimi. Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Gay, L.R, Geoffrey E. Mills and Peter Airasian. 2009. Educational Research, Competencies for Analysis and Application. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kemenkes RI. 2016. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Kemenkes RI. 2016. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 25 Tahun 2016 tentang Rencana Aksi Nasional Kesehatan Lanjut Usia Tahun 2016-2019. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Kemenkes RI. 2017. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang apotek. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Kurniawan, M., Endang, S. R., Linda, T. M., 2023. Analysis Of The Effect Of Pharmaceutical Service Quality On Customer Satisfaction At A Pharmacy Chemistry Farma Denai Business Unit Medan, International Journal of Social Science (IJSS), 2(6): 2391-2396.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie. A. And Berry, L.Leonard. 1985. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research, *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Sujarweni, Wiratna. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.

Thody, E.W., Sudirman and Renny. 2022. Analisis Kualitas Layanan Pada Website Invitees Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual, *KHARISMA Tech*, 17(2), 128–142.

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, N., Nur, A. S., Frisca, M., Juni, A.S., dan Muhammad, A. 2024. Analisis Preferensi Mengenai Minat Beli PelangganE-Commerce, KREATIF : *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 12 (1), 29-42.