

PENGARUH LAYANAN INFORMASI DIGITAL TERHADAP TRANSAKSI DIGITAL DAN KINERJA APOTEK KIMIA FARMA DEPOK

Ekfial^{1*}, Sampurno², Derriawan³

Program Magister Ilmu Kefarmasian, Universitas Pancasila^{1,2,3}

*Corresponding Author : ekfialkolobinti0908@gmail.com

ABSTRAK

Dengan kondisi perkembangan teknologi tersebut sebagian besar aktivitas bisa dilakukan secara jarak jauh. Fenomena pandemi Covid 19 yang telah terjadi beberapa tahun lalu mengakibatkan menurunnya prosentase kunjungan pasien di apotek, sehingga pihak apotek harus memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. E-commerce atau electronic commerce adalah salah satu contoh pemanfaatan teknologi informasi beberapa tahun ini, electronic commerce adalah sebuah perdagangan melalui media electronic di internet secara online. Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif melalui pengumpulan data kuesioner terhadap pengunjung di seluruh Unit Bisnis Depok Apotek Kimia Farma, yang terdiri dari 5 kluster yaitu (wilayah Margonda, Depok Timur, Depok Tengah, Depok ujung perbatasan tangerang dan Depok ujung perbatasan Jakarta-Bogor). Sampel penelitian ini adalah 300 pengunjung. Analisis menunjukkan variabel Layanan informasi digital berpengaruh terhadap transaksi digital yang terjadi di Apotek Kimia Farma Depok; (2) variabel layanan informasi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok.; (3) variabel transaksi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok yang dilihat dari jumlah transaksi atau penjualan harian di Apotek Kimia Farma Depok. Penerapan layanan digital Apotek Kimia Farma dapat mendorong konsumen/pembeli dalam memenuhi kebutuhan akan obat-obatan medis dan yang lainnya yang diperlukan para konsumen/pembeli dan juga berdampak terhadap peningkatan penjualan.

Kata kunci : layanan informasi digital, performa layanan digital apotek, transaksi digital

ABSTRACT

With the conditions of technological development, most activities can be carried out remotely. The Covid 19 pandemic phenomenon that has occurred several years ago has resulted in a decrease in the percentage of patient visits at pharmacies, so pharmacies must take advantage of developments in information technology. E-commerce or electronic commerce is one example of the utilization of information technology in recent years, electronic commerce is a trade through electronic media on the internet online. This research method is descriptive quantitative through questionnaire data collection of visitors throughout the Depok Business Unit of Kimia Farma Pharmacy, which consists of 5 clusters, namely (Margonda area, East Depok, Central Depok, Depok end of the Tangerang border and Depok end of the Jakarta-Bogor border). The sample of this study was 300 visitors. The analysis shows that the digital information service variable affects the digital transactions that occur at the Kimia Farma Depok Pharmacy; (2) the digital information service variable affects the digital service performance of the Kimia Farma Depok Pharmacy; (3) the digital transaction variable affects the digital service performance of the Kimia Farma Depok Pharmacy as seen from the number of daily transactions or sales at the Kimia Farma Depok Pharmacy. The implementation of digital services at the Kimia Farma Pharmacy can encourage consumers/buyers to fulfill their needs for medical drugs and others needed by consumers/buyers and also have an impact on increasing sales.

Keywords : digital information services, pharmacy digital service performance, digital transactions

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat cepat dan semua pihak harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Berbagai aktivitas manusia yang

semula harus dilakukan secara langsung dari suatu tempat ke tempat lain, kini mengalami perubahan signifikan. Dengan kondisi perkembangan teknologi tersebut sebagian besar aktivitas bisa dilakukan secara jarak jauh. Melalui penggunaan internet, media sosial, aplikasi seluler, dan teknologi komunikasi digital lainnya kini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan (Apdillah et al., 2022). Transformasi digital ini telah merambah ke berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor kesehatan, pendidikan, ekonomi, hingga cara masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari (Norliani & Sari, 2024).

Pada masa Pandemi COVID-19, pemerintah Indonesia melalui siaran pers-nya menyatakan penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau social distancing untuk menekan laju penyebaran virus Corona di Indonesia (Ristyawati, 2020). Pembatasan ini mengakibatkan masyarakat menjadi tidak bebas untuk bepergian dan berkegiatan. Kondisi ini memicu munculnya kebiasaan baru untuk beradaptasi dengan kondisi yang ada. Pembatasan aktivitas menyebabkan semua kegiatan masyarakat berubah pola, yaitu kegiatan yang dilakukan secara langsung berubah menjadi tidak langsung (online) (Rahayu & Syam, 2021). Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, terjadi peningkatan penggunaan internet sebesar 40% selama masa pandemi COVID-19 di Indonesia (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2022).

Sektor kesehatan dan farmasi merupakan salah satu sektor yang sangat terdampak dan harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini. Kebutuhan masyarakat akan obat-obatan dan produk kesehatan tetap tinggi, bahkan meningkat selama masa pandemi (Chumaida & Ariadi S, 2022). Sementara itu, kekhawatiran masyarakat untuk keluar rumah dan berinteraksi secara langsung semakin meningkat karena risiko penularan virus. Hal ini mendorong apotek dan fasilitas kesehatan lainnya untuk mengembangkan layanan informasi digital dan transaksi digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam pembelian obat-obatan dan kebutuhan kesehatan lainnya pada saat pandemi Covid-19, pembeli atau pelanggan dapat memanfaatkan layanan informasi digital. Dengan layanan informasi digital tersebut, pelanggan/pembeli dapat mengakses semua informasi terhadap obat-obatan dan lainnya yang dibutuhkannya dengan mudah dan praktis hanya melalui internet tanpa harus datang langsung ke apotek tersebut (Al Ghani et al., 2022).

Peningkatan pembelian melalui penerapan digitalisasi saat ini tidak terlepas dari adanya e-marketing sebagai elektronik pemasaran yang dapat menghubungkan pembeli dalam pencarian terhadap produk atau jasa yang dibutuhkan dengan mudah dan secara real time. Pembeli juga sering mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkannya dengan harga yang kompetitif dan juga mendapatkan berbagai potongan harga, sehingga konsumen/pelanggan mendapatkan rasa puas terhadap penerapan dari pelayanan fasilitas digital. Salah satu aspek penting dalam transformasi digital di sektor farmasi adalah transaksi digital. Menurut laporan Bank Indonesia, volume transaksi digital di Indonesia meningkat sebesar 38,62% pada tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya (Widodo et al., 2024). Fenomena ini sejalan dengan peningkatan penggunaan dompet digital dan metode pembayaran elektronik lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ipsos, sekitar 58% masyarakat Indonesia lebih memilih transaksi non-tunai selama masa pandemi (Nurohman et al., 2022).

Hal ini menunjukkan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen Indonesia, termasuk dalam pembelian obat-obatan dan produk kesehatan. Pengaruh layanan informasi digital sangat mempengaruhi penggunaan pencarian informasi terhadap produk atau layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Implementasi dari layanan informasi digital melalui berbagai aplikasi dompet digital dan platform e-commerce kesehatan memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi (Wulandari & Idayanti, 2023). Aplikasi dompet digital yang digunakan sebagai transaksi digital dapat memudahkan para pengguna layanan informasi digital dalam semua transaksi pembelian yang dapat dilakukan dengan mudah dan praktis, dan tidak lagi menggunakan uang tunai menjadi non tunai. Berdasarkan

survei yang dilakukan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), sekitar 78% responden menyatakan bahwa kemudahan akses informasi dan kemudahan transaksi merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja secara online (Agistia Nurbani Rajaba et al., 2024).

Apotek Kimia Farma, sebagai salah satu jaringan apotek terbesar di Indonesia, telah menyadari pentingnya adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen ini. Apotek Kimia Farma telah menerapkan layanan informasi digital untuk pelanggan yang melakukan pembelian obat-obatan dan kebutuhan kesehatan lainnya melalui platform digital mereka (Wistiasari et al., 2023). Layanan ini meliputi informasi ketersediaan obat, harga, pemesanan online, konsultasi kesehatan jarak jauh, hingga layanan pengantaran obat ke rumah. Implementasi layanan digital ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional apotek (Amelia, 2024).

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas mengenai transformasi digital di berbagai sektor bisnis, namun penelitian spesifik mengenai pengaruh layanan informasi digital terhadap transaksi digital dan kepuasan pelanggan di sektor farmasi, khususnya di apotek, masih terbatas (Aqil & Rumianti, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk menganalisa adanya pengaruh dari layanan informasi digital terhadap transaksi digital yang terjadi di Apotek Kimia Farma Depok; menganalisa adanya pengaruh dari layanan informasi digital dan transaksi digital terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Kimia Farma Depok; serta menganalisa pengaruh dari layanan informasi digital terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok yang dilihat dari jumlah transaksi atau penjualan harian.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan layanan digital di sektor farmasi, khususnya dalam konteks adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen pasca pandemi COVID-19. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi apotek lain dalam mengembangkan strategi digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis mereka.

METODE

Penelitian ini merupakan salah satu penelitian yang deskriptif kuantitatif yang melakukan perhitungan dengan melihat mana yang lebih memberikan pengaruh antara pengaruh layanan informasi digital dan terhadap transaksi digital terhadap kepuasan kinerja Apotek Kimia Farma Depok. Data yang diperoleh adalah data survey dari pelanggan/ kuesioner yang melakukan pembelian dengan menggunakan layanan informasi digital. Perhitungan kompetensi profesional dan achievement dilakukan dengan Structural Equation Model (SEM)-Lisrel dalam menganalisis efek antara variabel. Pemodelan konseptual didalam Lisrel didasarkan terhadap studi sebelumnya dan untuk mengembangkan dan membangun estimasi. Penelitian ini dilakukan di Apotek Kimia Farma Depok (Backboners, Flower, Margonda, Matahari, Siliwangi). Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup tiga variabel utama. Layanan Informasi Digital (X) mengacu pada teknologi pengelolaan informasi dalam bentuk digital melalui proses digitalisasi, di mana informasi layanan terhadap konsumen disampaikan melalui media digital. Transaksi Digital (Y) adalah pembayaran yang dilakukan secara virtual menggunakan berbagai aplikasi atau website penyedia jasa. Sementara itu, Performa Layanan Digital Apotek (Z) merupakan standar pengukuran keberhasilan perusahaan dalam mengelola operasi layanan digitalnya. Keberhasilan ini dinilai dari pencapaian keunggulan kompetitif melalui perolehan *value advantage* dan *productivity advantage*.

Dalam penelitian ini dilakukan jenis penelitian dengan pendekatan secara kuantitatif melalui observasi dan kuesioner yang akan dibagikan oleh peneliti kepada pelanggan di Apotek Depok, Jawa Barat. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pendekatan positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau

sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menerima pelayanan kefarmasian dengan layanan informasi digital di Apotek Kimia Farma Unit Bisnis Depok. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi sebanyak 81.000 orang (diambil dari jumlah total kunjungan pelanggan rata-rata dalam 6 bulan di Apotek Kimia Farma Unit Bisnis Depok).

HASIL

Hasil penelitian melalui kuisioner didapatkan hasil yang tertera pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model

Ukuran GOF	Target	Tingkatan	Marginal Fit	Hasil	Tingkat Kecocokan
ChiSquare	Nilai yang kecil		$0.000 < p \leq 0.05$	$p=0.00$ Chisquare = 4617.76	Good Fit
P-Value	$0.05 < p \leq 1$				
RMSEA	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$		$0.045 \leq RMSEA \leq 0.10$	0.094	Good Fit
NFI	$0.90 \leq NFI \leq 1$		$0.80 \leq NFI < 0.9$	0.85	Good Fit
NNFI	$0.90 \leq NNFI \leq 1.00$		$0.80 \leq NNFI < 0.9$	0.89	Good Fit
IFI	$0.90 \leq IFI \leq 1$		$0.90 \leq IFI \leq 1$	0.89	Good Fit
CFI	$0.90 \leq CFI \leq 1$		$0.80 \leq CFI < 0.9$	0.89	Good Fit
RFI	$0.90 \leq RFI \leq 1$		$0.80 \leq RFI < 0.9$	0.84	Good Fit
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1$		$0.60 \leq GFI < 0.9$	0.63	Good Fit
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$		$0.50 \leq AGFI < 0.9$	0.60	Good Fit

Representasi Hasil

Persamaan struktural 1 yaitu, Layanan Informasi Digital dipengaruhi oleh nilai standardized solution sebesar 0.26 yakni pengaruh Transaksi Digital. R-Square Layanan Informasi Digital sesuai dengan uji pengolahan data dengan perhitungan yaitu 0.071 atau 7,10% nilai kecocokan pada persamaan struktural 1. Jadi uji inner model pada R-Square pada persamaan struktural 1 rendah dengan perbandingan yang telah ditetapkan jika R-Square bernilai 0.1 maka rendah, 0.3 moderate, dan 0.5 nilai tinggi. Dapat disimpulkan bahwa Layanan Informasi Digital tidak dipengaruhi oleh variabel Transaksi Digital yang memiliki nilai kecocokan atau R-Square yang rendah serta terdapat nilai eror sebesar 88%. Sedangkan pada persamaan struktural 2 yaitu, Performa Layanan Digital Apotek dipengaruhi oleh nilai standardized solution sebesar 0.10 yakni pengaruh Transaksi Digital terhadap Performa Layanan Digital Apotek, ditambah dengan nilai Layanan Informasi Digital terhadap Performa Layanan Digital Apotek yaitu sebesar 0.79. R-Square variabel Performa Layanan Digital

Apotek sesuai dengan uji pengolahan data dengan perhitungan yaitu 0.65 atau 65% nilai kecocokan pada persamaan struktural 2. Jadi uji inner model pada R-Square pada persamaan struktural 2 sangat tinggi, dibandingkan dengan persamaan struktural 1, struktural 2 memiliki nilai yang lebih tinggi. Hal tersebut sesuai dengan perbandingan yang telah ditetapkan jika R-Square bernilai 0.1 maka rendah, 0.3 moderate, dan 0.5 nilai tinggi. Dapat disimpulkan bahwa Performa Layanan Digital Apotek dipengaruhi oleh variabel Transaksi Digital dan Layanan Informasi Digital yang memiliki nilai kecocokan atau R-Square yang tinggi serta terdapat nilai eror sebesar 35%.

Uji efek mediasi digunakan untuk melihat pengaruh tak langsung dari variabel Transaksi Digital terhadap Performa Layanan Digital Apotek yang di mediasi oleh Layanan Informasi Digital, untuk menghitung hasil pengaruh tak langsung dapat dilakukan dengan mengkalikan hasil Layanan Informasi Digital dipengaruhi oleh nilai standardized solution sebesar 0.26 dengan nilai pengaruh Layanan Informasi Digital terhadap Performa Layanan Digital Apotek yaitu sebesar 0.79, hasil perkalian $0.26 \times 0.79 = 0.205$, hasil ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh tak langsung pengaruh Transaksi Digital terhadap Performa Layanan Digital Apotek yang di mediasi oleh Layanan Informasi Digital 0.205 (20%).

Hasil Uji Hipotesis

Selain hasil statistik, hasil model struktural awal ini menunjukkan bahwa dari tiga arahan yang dihipotesiskan dalam penelitian ini semuanya bersifat signifikan.

Tabel 2. Ringkasan Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	T-Value	T-Tabel	Keterangan
1	Ho1= Layanan informasi digital tidak berpengaruh terhadap transaksi digital di Apotek Kimia Farma Depok. Ha1= Layanan informasi digital berpengaruh terhadap transaksi digital di Apotek Kimia Farma Depok	6.70	>1.96	Ho1 Ditolak/Ha1 Diterima, yaitu Layanan informasi digital berpengaruh terhadap transaksi digital yang terjadi di Apotek Kimia Farma Depok.
2	Ho2= Layanan informasi digital tidak berpengaruh terhadap performa layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok. Ha2= Layanan informasi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok.	3.27	>1.96	Ho1 Ditolak/Ha1 Diterima, yaitu Layanan informasi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok.
3	Ho3= Transaksi digital tidak berpengaruh terhadap performa layanan digital di potek Kimia Farma Depok Ha3= Transaksi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital di potek Kimia Farma Depok.	7.09	>1.96	Ho1 Ditolak/Ha1 Diterima, yaitu Transaksi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok yang dilihat dari jumlah transaksi atau penjualan harian di Apotek Kimia Farma Depok.

PEMBAHASAN

Variabel Layanan Informasi Digital (LID) mempunyai Value-T sebesar 6,70 dimana > 1,96, P-Value $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel Layanan Informasi Digital (LID) berpengaruh terhadap variabel Transaksi Digital (TD). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil

penelitian dilakukan oleh (Yolanda et al., 2022) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui teknologi keuangan (X1) yang disediakan dan kualitas layanan digital (X2) diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dalam penelitian ini, menurut 300 orang responden mengenai variabel Layanan Informasi Digital (LID) berpengaruh terhadap variabel Transaksi Digital (TD) pada layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok dengan memberikan respon yang baik.

Variabel Layanan Informasi Digital (LID) mempunyai Value-T sebesar 3,27 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Layanan Informasi Digital (LID) berpengaruh terhadap variabel Performa Layanan Digital Apotek (PLDA). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh (Michael Musyaffi et al., 2021) yang menyatakan bahwa Bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan inovasi pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku menggunakan perbankan digital. Begitu pula juga dalam penelitian sebelumnya oleh Ok Yoga Syah Putra1, Sarinah Sihombing, Chaidir Tasran, 2020 (Putra et al., 2020), yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dan fasilitas digital terhadap kepuasan penumpang. Dalam penelitian ini, menurut 300 orang responden mengenai variabel Layanan Informasi Digital (LID) berpengaruh terhadap variabel Performa Layanan Digital Apotek (PLDA) pada layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok dengan memberikan respon yang baik.

Variabel Transaksi digital (TD) mempunyai Value-T sebesar 3,27 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Transaksi digital (TD) berpengaruh terhadap variabel Performa Layanan Digital Apotek (PLDA). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh (Novyantri & Setiawardani, 2021) yang menyatakan bahwa E-service quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan DANA, e-service quality berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan DANA, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan DANA, dan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara e-service quality dengan loyalitas pelanggan DANA. Begitu pula juga dalam penelitian sebelumnya oleh R (Marginingsih et al., 2019) yang menyatakan bahwa faktor pembayaran manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan pembayaran seluler, bahwa penggunaan ponsel pembayaran di semua sektor sangat diminati oleh semua lapisan masyarakat. Dalam penelitian ini, menurut 300 orang responden mengenai variabel Transaksi digital (TD) berpengaruh terhadap variabel Performa Layanan Digital Apotek (PLDA) pada layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok dengan memberikan respon yang baik.

KESIMPULAN

Hasil peneitian menemukan bahwa layanan informasi digital di Apotek Kimia Farma Depok seperti: kemudahan, web design, reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan) berpengaruh terhadap transaksi digital yang diterapkan di Apotek Kimia Farma Depok seperti: seperti penggunaan dompet digital atau e-wallet, E-money, online banking dan penggunaan QR code. Adapun pengaruhnya masing-masing adalah dapat dilihat dari nilai Chi Square, RSMEA, NFI, NNFI, IFI, CFI, RFI, GFI, dan AGFI sesuai dengan standar yang direkomendasikan. Dari 9 ukuran GOF menunjukkan ukuran kecocokan yang baik. 2. Layanan informasi digital dan transaksi digital berpengaruh terhadap performa layanan digital yang ada di Apotek Kimia Farma Depok, dimana pelanggan memberikan penilaian yang positif terhadap performa layanan digital yang ada di Apotek Kimia Farma Depok. Dimana pelanggan memberikan penilaian yang positif terhadap performa layanan digital yang ada di Apotek Kimia Farma Depok terhadap layanan informasi digital yang berkualitas serta transaksi digital yang diterapkan di Apotek Kimia Farma Depok sehingga membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan layanan informasi yang

mereka perlukan. Adapun penilaian yang positif layanan informasi digital dan transaksi digital terhadap performa layanan digital di Apotek Kimia Farma Depok tersebut yaitu: hasil layanan informasi digital dipengaruhi oleh nilai *standardized solution* sebesar 0.26 dengan nilai pengaruh layanan informasi digital terhadap performa layanan digital Apotek Kimia Farma Depok yaitu sebesar 0.79, hasil perkalian $0.26 \times 0.79 = 0.205$.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hendaknya Apotek Kimia Farma seharusnya terus mengembangkan transaksi digital yang secara umum untuk digunakan oleh pengguna layanan informasi digital sehingga menunjang konsumen dalam memenuhi kebutuhan produk obat-obatan dan layanan kesehatan yang mereka perlukan, sehingga pada akhirnya pelanggan akan selalu memberikan respon yang positif terhadap performa layanan digital yang ada di Apotek Kimia Farma. Untuk meningkatkan Layanan Informasi Digital yang diberikan kepada pelanggan di Apotek Kimia Farma Depok, sebaiknya Apotek Kimia Farma Depok harus memberikan peningkatan kualitas layanan informasi digital yang lebih baik lagi dengan menyesuaikan dengan kemajuan di bidang informasi teknologi yang semakin canggih guna memberikan layanan yang diperlukan semua pelanggan yang sudah ada sehingga dapat menjaring pelanggan baru di seluruh Apotek Kimia Farma.

UCAPAN TERIMAKASIH

Sebagai ungkapan rasa syukur, penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam proses penyelesaian tesis ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan dengan tulus khususnya penulis sampaikan kepada Fakultas Farmasi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan arahan, dukungan, semangat dan fasilitas sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agistia Nurbani Rajaba, Ahnaf Daris Fadhilah, Anatasya Jelita Putri Dirgantara, Fitriyani Dwi Azzahra, Holid Jidan, Najwa Ananda Mariana, & Rama Wijaya Abdul Rozak. (2024). Kemudahan Penggunaan Fitur Aplikasi E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 86–98. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i2.1814>
- Al Ghani, R., Wahdiaz Azani, N., Auliani, S. N., Maharani, S., Gustinov, M. D., & Hamzah, M. L. (2022). *Perancangan Sistem Informasi e-Commerce Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall*. 99–106.
- Amelia, A. A. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Atas Layanan Telemedicine Kesehatan Melalui Aplikasi Halodoc. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 879–886.
- Apdillah, D., Zebua, R. B., Idham, M., & Anhar, I. (2022). Teknologi Digital Di Dalam Kehidupan Masyarakat. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 8(2), 101–107. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v8i2.247>
- Aqil, M., & Rumianti, C. (2025). Digitalisasi Pelayanan dan Transformasi Digital Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan. *Jurnal E-Business*, 4(2), 28–38.
- Chumaida, Z. V., & Ariadi S, B. S. (2022). Kebijakan Penanganan Pelayanan Kesehatan. *Lex Journal : Kajian Hukum Dan Keadilan*, 5(2), 158–183. <https://doi.org/10.25139/lex.v5i2.4577>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2022). Laporan Kinerja 2022 Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan informatika republik indonesia. *Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos Dan Informatika*, 24.
- Marginingsih, R., Widiyanti, W., Susilowati, I. H., Retnowulan, J., & Soraya, I. (2019). *Mobile*

- Payment As Financial Transactions in the Digital Era: An Empirical Analysis. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662(2). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022133>
- Michael Musyaffi, A., Agustin Pratama Sari, D., & Kismayanti Respati, D. (2021). *Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia. Journal of Asian Finance*, 8(6), 475–0482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475>
- Norliani, & Sari, M. N. (2024). Transformasi Digital dan Dampaknya pada Organisasi : Tinjauan Terhadap Implementasi Teknologi Informatika. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 10779–10787. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/31987/21465>
- Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). *The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana's Digital Wallet (Study On Dana Users) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Dompot Digital Dana (Studi Pada Pengguna Dana). International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) /*, 2(3), 49–58. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Azhar, F. A. (2022). Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya). *Among Makarti*, 15(2), 260–275. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.333>
- Putra, O. Y. S., Sihombing, S., & Tasran, C. (2020). Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Digital Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandara Internasional Kualanamu. *Warta Ardhia*, 46(1), 60–70. <https://doi.org/10.25104/wa.v46i1.383.60-70>
- Rahayu, L. B., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672–685. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>
- Ristyawati, A. (2020). Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI Tahun 1945. *Administrative Law and Governance Journal*, 3(2), 240–249. <https://doi.org/10.14710/alj.v3i2.240-249>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. (Vol. 5, Issue 1).
- Widodo, K. D., Juanda, B., & Hakim, D. B. (2024). Determinan Implementasi Central Bank Digital Currency di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 12(1), 120–137. <https://doi.org/10.21002/jepi.2024.8>
- Wistiasari, D., Hasan, G., Limanda, K. Y., Ohanna, N., Shevia, & Giorgyna. (2023). Peran Supply Chain Management Terhadap Customer Retention Pada Pt. Kimia Farma, Tbk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi Sinta*, 4(3), 699–707. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023). Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat melakukan Pembayaran Digital. *Islamic Banking and Finance*, 3(2), 429–441. <https://doi.org/10.30863/ibf.v3i2.5438>
- Yolanda, V., Mas'ud, R., & Hasanah, S. M. (2022). Pengaruh Teknologi Keuangan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Masbagik. *Iqtishaduna*, 13(1), 63–83. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v13i1.5373>