JOURNAL OF Pharmacy and Tropical Issues
Volume 6, No 6, Oktober 2026, 482-489
ISSN 2807-4319 (Print) | ISSN 2807-4122 (Online)
https://pti.iphorr.id/index.php/pti
DOI: 10.56922

Submitted: 09 October 2026 Accepted: 11 October 2026 Published: 18 October 2026

Pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen di apotek

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

Abstract

Background: Consumer satisfaction is an indicator of the success of pharmaceutical services in a pharmacy. High-quality service can enhance positive experiences and foster consumer loyalty.
Purpose: To determine the influence of pharmaceutical service quality on consumer satisfaction.
Method: This study employed a non-experimental, descriptive quantitative approach using a survey-based questionnaire. It was conducted at Matra Farma Pharmacy in Bogor Regency between March and July 2025. The sample consisted of 96 respondents, determined using the Lemeshow formula. A purposive sampling technique was applied, with inclusion criteria requiring consumers to be at least 16 years old, have previously purchased medication, and be willing to participate as respondents. The independent variable was the quality of pharmaceutical services, while the dependent variable was consumer satisfaction. Data analysis included univariate and bivariate analyses, as well as tests for normality, linearity, and heteroskedasticity; it also incorporated a t-test (partial), a One-Sample T-Test, and an assessment of the coefficient of determination (R^2).
Results: The study revealed that 76% of respondents were highly satisfied with the pharmaceutical services, and 77% reported high overall satisfaction. The t-test indicated a significant influence of service quality on consumer satisfaction ($p < 0.05$). The mean scores for service quality and consumer satisfaction were 44.13 and 35.32, respectively, both of which were statistically significant. An R^2 value of 0.246 indicates that 24.6% of the variation in consumer satisfaction is explained by the quality of pharmaceutical services.
Conclusion: The quality of pharmaceutical services at the pharmacy in question is excellent and has a positive, significant impact on consumer satisfaction.

Keywords: Consumer Satisfaction; Pharmacy; Pharmaceutical Services; Service Quality.

Pendahuluan: Kepuasan konsumen merupakan indikator keberhasilan pelayanan kefarmasian di apotek. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan pengalaman positif dan loyalitas konsumen.
Tujuan: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen**.**
Metode: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif non-eksperimental melalui survei dengan kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Apotek Matra Farma Kabupaten Bogor, pada bulan Maret–Juli 2025. Sampel penelitian sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria konsumen berusia ≥16 tahun, pernah membeli obat, dan bersedia menjadi responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan kefarmasian, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan konsumen. Analisis data mencakup uji univariat, bivariat, uji normalitas, uji linieritas, uji heteroskedastisitas, uji *t* (parsial), *One Sample T-Test***,** serta uji koefisien determinasi (R^2).
Hasil: Penelitian ini menunjukkan, sebanyak 76 responden (79.2%) sangat puas terhadap pelayanan kefarmasian dan kepuasan konsumen berada pada kategori sangant puas sebanyak 77 respoden (80.2%). Uji *t* menunjukkan pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ($p < 0.05$)**.** Nilai rata-rata kualitas pelayanan adalah 44.13 dan kepuasan konsumen 35.32, keduanya signifikan secara statistik**.** Nilai R^2 sebesar 0.246, menunjukkan bahwa 24.6% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas pelayanan kefarmasian.
Simpulan: Kualitas pelayanan kefarmasian di apotek terkait terbukti sangat baik, berpengaruh positif, dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Apotek; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen; Pelayanan Kefarmasian.

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

PENDAHULUAN

Pelayanan yang berkualitas merujuk pada upaya organisasi dalam memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen secara tepat waktu. Dalam pelaksanaannya, kualitas pelayanan terdiri atas lima aspek utama, yaitu keandalan dalam memberikan layanan, kesigapan dalam merespons permintaan, jaminan (*assurance*) yang menciptakan rasa aman bagi konsumen, bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*empathy*). Salah satu model yang banyak dipakai untuk mengukur kepuasan konsumen adalah model SERVQUAL (*service quality*) (Amara et al., 2024; Fathnin et al., 2023).

Menurut Permenkes No. 35 Tahun 2014, kegiatan pelayanan kefarmasian yang sebelumnya hanya berfokus pada pelayanan obat (*drug oriented*) kini telah dialihkan menjadi pelayanan pasien (*patient oriented*) (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2014). Pelayanan kefarmasian (*pharmaceutical care*) di apotek menekankan peran apoteker untuk melayani pasien secara langsung dengan tujuan mencapai hasil terbaik dan meningkatkan kualitas hidup. Menurut ahli, pelayanan yang dianggap berkualitas adalah pelayanan yang mampu selaras dengan harapan konsumen secara terus-menerus (Meesala & Paul, 2018). Tinggi rendahnya mutu pelayanan sangat bergantung pada persepsi atau pengalaman yang dirasakan langsung oleh konsumen, layanan yang diberikan selalu dibandingkan dengan harapan mereka (Yulia et al., 2016).

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan apotek merupakan perasaan senang atau puas setelah menerima layanan, yang mencerminkan sejauh mana pelayanan apotek mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektas (Chen et al., 2019; Gül et al., 2023). Kepuasan ini penting sebagai indikator kualitas pelayanan serta keberhasilan apotek dalam memberikan layanan kefarmasian (Yulia et al., 2016; Guhl et al., 2019). Sejumlah penelitian mendukung bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif dan bermakna terhadap tingkat kepuasan konsumen (Anggraeni & Rosmiati, 2022; Sa'diyah, 2020; Tuwongena et al., 2021). Namun, hasil penelitian terdahulu menemukan bahwa masih terdapat kelemahan dalam beberapa dimensi pelayanan, yaitu sebanyak 49% responden tidak puas terhadap dimensi kehandalan (*reliability*) pada aspek *patient information of obat* (PIO), 51% menyatakan tidak puas terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*), serta 49% responden lainnya menyatakan tidak puas terhadap dimensi empati (*empathy*) (Oktawilova et al., 2020)

Studi observasi awal di Apotek Matra Farma Kabupaten Bogor juga memperlihatkan permasalahan serupa. Berdasarkan wawancara, banyak konsumen membeli obat hanya berdasarkan gejala yang dirasakan tanpa mengetahui penyakit yang mendasari. Dari 10 konsumen, sebanyak 7 orang menyatakan kurang puas terhadap pelayanan. Dua orang mengaku masih kurang paham terkait pemberian informasi obat, dua orang mengeluhkan lamanya waktu tunggu, sementara tiga orang lainnya menyebutkan adanya beberapa item obat paten yang belum tersedia. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pelayanan kefarmasian yang lebih komprehensif untuk mencegah kesalahan penggunaan obat.

Apotek Matra Farma sendiri berkomitmen menjadi penyedia layanan kesehatan terpercaya dengan memberikan produk dan informasi obat yang lengkap serta kesempatan konsultasi langsung dengan apoteker. Upaya ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan penggunaan obat yang tepat. Namun, masih terdapat keterbatasan, seperti belum tersedianya kotak saran langsung di apotek sehingga masukan hanya diperoleh melalui ulasan *Google.* Mengingat apotek ini masih relatif baru dan belum pernah diteliti sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen di Apotek Matra Farma Kabupaten Bogor.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif non-eksperimental melalui survei dengan kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Apotek Matra Farma Kabupaten Bogor, pada bulan Maret–Juli 2025 untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Maret 2025, dengan sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria konsumen berusia ≥16 tahun, pernah membeli obat, dan bersedia menjadi responden.

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan kefarmasian (keandalan, jaminan, bukti fisik, daya tanggap, empati), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan konsumen (pelayanan, produk, informasi, fasilitas). Variabel kualitas pelayanan kefarmasian dan kepuasan konsumen dikategorikan menjadi 3, yakni tidak puas jika skor 25-50%, puas jika skor 51-75%, dan sangat puas jika skor 76-100% (Diana et al., 2020).

Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert lima poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS dengan teknik korelasi Product Moment. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dalam kuesioner terhadap total skor keseluruhan. Apabila nilai koefisien korelasi (r hitung) dari suatu item lebih besar daripada r tabel, maka item tersebut dianggap valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian (Dewi et al., 2022). Sementara uji reliabilitas, jika suatu variabel menunjukan nilai cronbach Alpha > 0.60, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan *reliable* atau konsisten dalam mengukur.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data penelitian, yakni data primer diperoleh dari kuesioner, sedangkan data sekunder dari catatan kunjungan apotek. Pengolahan data meliputi *editing, coding, tabulating*, dan *scoring,* kemudian dianalisis dengan uji asumsi klasik,analisis univariat, serta regresi bivariat.

Penelitian ini telah mendapat izin penelitian dari Apotek Matra Farma dengan nomor surat: 028-03/Aptkbj/III/2025.

HASIL

Tabel 1. Distribusi Demografi Karakteristik Responden (N=96)

Variabel	Hasil	Monte Carlo Sig. (2-tailed)	*Sig (Deviation from* Linearity)
Umur (Mean±SD)(Rentang)(Tahun)	(29.468±9.615)(18-50)		
Jenis Kelamin (n/%)			
Laki-laki	50/52.1		
Perempuan	46/47.9		
Pendidikan Terakhir (n/%)			
SD	8/8.3		
SMP	23/23.9		
SMA	56/58.3		
S1	8/8.3		
S2	1/1.2		
Pekerjaan (n/%)			
Pelajar	3/3.1		
Mahasiswa	19/19.8		
Karyawan Swasta	28/29.2		
Wirausaha	18/18.7		
Pegawai Negeri	3/3.1		
Buruh	25/26.1		
Kualitas Pelayanan Kefarmasian (n/%)			
Puas	20/20.8		
Sangat Puas	76/79.2		
		0.156[d]	**0.249**
Kepuasan Konsumen (n/%)			
Puas	19/19.8		
Sangat Puas	77/80.2		

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

Berdasarkan Tabel 1. Diketahui rata-rata usia responden 29.468 tahun dengan nilai standar deviasi (SD) sebesar 9.615 pada rentang usia 18-50 tahun. Sebagian besar responden laki-laki sebanyak 50 responden (52.1%), pendidikan terakhir SMA sebanyak 56 responden (58.3%), dan bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 28 responden (29.2%) diikuti buruh sebanyak 25 responden (26.1%). Berdasarkan uji normalitas didapatkan nilai sebsar 0.156[d] dan uji lineritas sebesar 0.249 dikategorikan linear.

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Metode Glejser)

Variabel Independen	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan Kefarmasian	0.585	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 2. hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, didapatkan Nilai sig kualitas pelayanan kefarmasian sebesar 0.585 (<0.05), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	T	*Sig.*
Kualitas Pelayanan Kefarmasian	6.261	0.000

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh untuk variabel terkait menunjukkan variabel kualitas pelayanan kefarmasian sebesar 0.000, menunjukkan hasil signifikan karena p- *value* < 0.05. Oleh karena itu, $H0$ ditolak dan $H1$ diterima. Temuan ini memberikan gambaran bahwa terdapat pengaruh yang bermakna secara parsial antara kualitas layanan kefarmasian terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square
Kualitas Pelayanan Kefarmasian	0.496	0.246

Tabel 4. menunjukan nilai koefisien determinasi ($R2$) adalah 0.246 (24.6%). Intrepretasi dari nilai ini adalah bahwa variabel kualitas pelayanan kefarmasian mampu menjelaskan variasi pada variabel kepuasan konsumen. Sisanya yaitu 0.754 (75.4%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan kefarmasian.

Tabel 5. Hasil Uji *One Sample T-Test*

Variabel	T	Df	*Sig.* (2-tailed)	Mean Difference	95% CI Lower- Upper
Kualitas Pelayanan Kefarmasian	91.446	95	0.000	41.125	40.23–42.02
Kepuasan Konsumen	90.205	95	0.000	32.323	31.61–33.03

Tabel 5. menyajikan hasil uji *one sample t-test*, diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0.000 untuk kedua variabel yang dianalisis karena nilai tersebut lebih kecil dari batas signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata penilaian responden dengan nilai test sebesar 3.

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

PEMBAHASAN

Sebagian besar responden berusia produktif 18-50 tahun. Usia produktif cenderung aktif mencari layanan kesehatan. Usia memengaruhi pola perilaku (Muzer & Wujoso, 2020). Sementara penelitain lain menegaskan, bahwa usia berhubungan dengan daya ingat dan kemampuan memahami informasi (Rizkiyani, 2017). Hal ini berdampak pada sejauh mana konsumen dapat mengevaluasi dan mengingat pengalaman pelayanan yang telah mereka terima.

Mayoritas responden laki-laki sebanyak 50 responden (52.1%), sementara perempuan sebanyak 46 responden (47.9%), menunjukkan kebutuhan layanan apotek relatif seimbang. Sebuah hasil penelitian menjelaskan, bahwa jenis kelamin sebagai faktor biologis yang juga memengaruhi preferensi dalam memanfaatkan layanan kesehatan (Damanik & Supriyadi, 2019).

Sebagian besar responden berpendidikan SMA (58.3%). Artinya, informasi apotek perlu disampaikan secara sederhana agar mudah dipahami. Menurut ahli, semakin tinggi pendidikan, semakin kritis konsumen dalam menilai produk dan pelayanan (Wardhani et al., 2015). Tingkat pendidikan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi harapan dan persepsi individu terhadap layanan kesehatan. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih lanjut, umumnya memiliki pemahaman yang lebih luas, sehingga cenderung lebih kritis dalam menilai kualitas pelayanan yang mereka terima. Seiring dengan meningkatnya jenjang pendidikan, individu biasanya menunjukkan responsif pula ia terhadap informasi yang diterima, termasuk dalam konteks pelayanan kesehatan, di mana respon yang diberikan cenderung lebih rasional dan terinformasi.

Mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta (29.2%), buruh (26.1%), dan mahasiswa (19.8%). Sebuah hasil penelitian menegaskan pekerjaan berkaitan dengan penghasilan dan ekspektasi terhadap layanan kesehatan (Nelson et al., 2022). Pekerjaan merupakan sumber penghasilan seseorang, yang turut memengaruhi sudut pandang serta ekspektasi terhadap layanan kesehatan. Individu yang memiliki penghasilan tetap cenderung lebih menginginkan kesesuaian antara kualitas pelayanan yang didapat sebagai hasil dari pengeluaran biaya tertentu. Oleh karena itu, mereka biasanya memiliki harapan yang menunjukkan tingkat lebih tinggi bila dibandingkan dengan mereka yang tidak bekerja, yang cenderung mempunyai ekspektasi lebih rendah terhadap pelayanan tersebut (Hermawati, 2015).

Sebagian besar responden menilai layanan sangat puas (79.2%) dan puas (20.8%). Hal ini menunjukkan Apotek Matra Farma mampu memenuhi ekspektasi konsumen dengan menerapkan aspek *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* sesuai Permenkes No. 35 Tahun 2014 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2014). Hasil penelitian kualitas pelayananan kefarmasian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (76%) menyatakan sebagian besar konsumen memberikan penilaian sangat baik terhadap kualitas layanan kefarmasian yang mereka terima dari Apotek Matra Farma, sementara (20%) menyatakan puas. Tidak ada responden yang menyatakan tidak puas. Hasil ini menunjukkan bahwa Apotek Matra Farma mampu memenuhi, bahkan melebihi, ekspektasi konsumennya dalam hal mutu layanan kefarmasian.

Tingginya tingkat kepuasan yang dicapai dapat dikaitkan dengan keberhasilan apotek dalam menerapkan lima aspek utama dari kualitas pelayanan, yaitu aspek bukti fisik (*tangible*), kehandalan *(reliability*), kesigapan dalam merespons (*responsiveness*), jaminan terhadap layanan (*assurance*), serta kepedulian atau empati (*empathy*) terhadap kebutuhan konsumen. Meskipun analisis univariat tidak merinci kepuasan per dimensi, hasil keseluruhan yang sangat positif menunjukkan bahwa apotek kemungkinan besar telah menjalankan praktik pelayanan kefarmasian sesuai dengan standar yang diharapkan, seperti yang diatur dalam Permenkes No. 35 Tahun 2014 yang mengedepankan pelayanan berorientasi pasien. Konsistensi dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan bebas kesalahan (kehandalan), serta kemampuan petugas untuk membantu konsumen dengan hormat dan cepat (daya tanggap), kemungkinan besar menjadi faktor kunci dalam mencapai tingkat kepuasan yang tinggi ini.

Sebanyak 80.2% responden menyatakan sangat puas, dan 19.8% puas. Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan (Anggraeni & Rosmiati, 2022; Sa'diyah, 2020). Hasil ini menegaskan bahwa konsumen secara umum

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

merasa sangat puas dengan pelayanan yang mereka terima. Kepuasan konsumen yang tinggi ini dapat dihubungkan dengan aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kepuasan pada aspek layanan, produk, informasi, dan fasilitas (Berhanu et al., 2022).

Hasil uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas) menunjukkan model regresi memenuhi syarat. Uji *t* menghasilkan nilai 6.261 dengan signifikansi 0.000 (<0.05), artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Matra Farma. Nilai R^2 sebesar 0.246 menunjukkan 24.6% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan 75.4% dipengaruhi faktor lain seperti harga, promosi, citra apotek, dan kondisi eksternal.

Uji *One Sample T-Test* menunjukkan skor rata-rata kualitas pelayanan (44.13) dan kepuasan konsumen (35.32) jauh di atas kategori netral, menandakan persepsi responden sangat positif. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov, yang didukung oleh simulasi Monte Carlo, karena jumlah responden mencapai 96 orang. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi Monte Carlo (2-tailed) sebesar 0.156 lebih besar dari ambang batas 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data dari variabel yang dianalisis memiliki distribusi yang normal. Oleh karena itu, data tersebut layak untuk dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik, seperti uji t.

Uji linearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang membentuk garis lurus antara variabel independen dan dependen. Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0.249 yang lebih besar daripada tingkat signifikansi 0.05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang berarti dari bentuk hubungan linier antar variabel. Oleh karena itu, hubungan yang terjadi dapat dianggap linier dan analisis regresi linier dapat digunakan secara tepat.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi pada setiap tingkat variabel prediktor. Ketidaksamaan varians tersebut menunjukkan adanya pelanggaran terhadap asumsi dasar regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan pada variabel kualitas pelayanan kefarmasian, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.585 lebih tinggi dari batas toleransi 0.05, yang mengindikasikan bahwa penyebaran residual bersifat stabil. Karena nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran residual bersifat konstan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi dan model layak untuk digunakan dalam tahap analisis selanjutnya yang menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Tahap selanjutnya, dilakukan uji t parsial untuk menilai apakah terdapat pengaruh yang berarti antara mutu layanan kefarmasian dan tingkat kepuasan konsumen. Nilai t hitung yang dihasilkan dari pengujian adalah sebesar 6.261 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (<0.05), maka secara parsial menunjukan adanya kualitas pelayanan berperan signifikan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi mutu layanan yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar pula derajat kepuasan konsumen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2), menunjukkan nilai R2 sebesar 0.246. Hal ini berarti 24.6% variasi pada variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan kefarmasian. Sementara itu, 75.4% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel kualitas pelayanan kefarmasian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persentase 24.6% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kefarmasian memiliki kontribusi yang cukup signifikan, namun masih ada faktor- faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor lain ini bisa meliputi, harga produk, promosi, citra apotek secara keseluruhan, pengalaman pribadi konsumen atau bahkan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan persaingan.

Hasil Uji One Sample T-Test, menunjukan bahwa Rata-rata skor untuk variabel kualitas pelayanan kefarmasian adalah 44.13 sedangkan rata-rata skor kepuasan konsumen mencapai 35.32. Keduanya berada jauh di atas nilai netral, menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan berada pada kategori tinggi atau sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa layanan kefarmasian yang diberikan telah mampu menjawab harapan konsumen serta memberikan kontribusi positif terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tangible, responsiveness,* dan *empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Anggraeni & Rosmiati, 2022; Fatechah & Alfiah, 2024; Sa'diyah, 2020; Tuwongena et al., 2021).

SIMPULAN

Pelayanan kefarmasian di apotek terkait tergolong sangat baik dan berkontribusi positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan hasil uji *t* parsial, menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($p = 0.000 < 0.05$), dengan rata-rata skor kualitas pelayanan 44.13 dan kepuasan 35.32, keduanya signifikan lebih tinggi dari nilai netral. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.246 menunjukkan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 24.6% variasi kepuasan konsumen, sementara 75.4% dipengaruhi faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

Amara, M. P., Teguh, H., & Gs, A. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Rafa Farma 2 Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 92-111. https://doi.org/10.30640/abdimas45.v3i1.2331

Anggraeni, F., & Rosmiati, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen di apotek bio medika soreang periode bulan mei 2021. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, *2*(2), 183-190.

Berhanu, N., Birhanu, Z., Mulugeta, T., Gudeta, T., Umeta, B., & Tilahun, G. (2022). Development of constructs to measure client satisfaction with pharmacy services in resource-limited settings. A multicenter cross-sectional study. *PLoS One*, *17*(10), e0275089. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275089

Chen, M. C., Hsu, C. L., & Lee, L. H. (2019). Service quality and customer satisfaction in pharmaceutical logistics: An analysis based on Kano model and importance-satisfaction model. *International journal of environmental research and public health*, *16*(21), 4091. https://doi.org/10.3390/ijerph16214091

Damanik, N. I. Y., & Supriyadi, S. (2019). Perbedaan kepuasan konsumen mahasiswa-mahasiswi Program Studi Psikologi Universitas Udayana terhadap pelayanan online store. *Jurnal Psikologi Udayana*, *6*(2). https://doi.org/10.24843/JPU.2019.v06.i02.p15

Fatechah, N., & Alfiah, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Apotek As-Syifa di Kaliwungu Kendal. *Journal of Research and Publication Innovation*, *2*(1), 1188-1198.

Fathnin, F. H., Sunandari, A., & Mumpuni, W. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Apotek Karunia Sehat Baru Berdasarkan Nilai-nilai Syariah. *Indonesian Journal of Medical and Pharmaceutical Science*, *2*(1), 12-20. https://doi.org/10.30659/ijmps.v2i1.95

Guhl, D., Blankart, K. E., & Stargardt, T. (2019). Service quality and perceived customer value in community pharmacies. *Health services management research*, *32*(1), 36-48. https://doi.org/10.1177/0951484818761730

Gül, İ., Helvacıoğlu, E. T., & Saraçlı, S. (2023). Service quality, outpatient satisfaction and loyalty in community pharmacies in Turkey: A structural equation modeling approach. *Exploratory Research in Clinical and Social Pharmacy*, *12*, 100361. 10.1016/j.rcsop.2023.100361

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24

Hermawati, I. (2015). Kajian tentang kota ramah lanjut usia. *Yogyakarta: Badan Pendidikan dan Penelitian Kesejahteraan Sosial Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesejahteraan Sosial (B2P3KS)*.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 35 Tahun 2014 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Diakses dari: https://peraturan.bpk.go.id/Details/117572/permenkes-no-35-tahun-2014

Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *40*, 261-269. 10.1016/j.jretconser.2016.10.011

Muzer, A., & Wujoso, H. H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Usia, Tingkat Pendidikan, Jenis Kelamin, Dan Status Perkawinan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasienrawat Inap Di Rumah Sakit Parudr. Ario Wirawan Salatiga* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Nelson, A., Lim, J., & Setyawan, A. (2022). Analisis pengaruh karakteristik pekerjaan terhadap kinerja karyawan melalui mediasi motivasi karyawan pada karyawan industri manufakturing di Batam. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *16*(1), 109-119.

Oktawilova, L., NoriWirahmi, N., & Maiyulis, M. (2019). Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Pemberian Informasi Obat (Pio) Diinstalasi Farmasi Rawat Jalan RSUD Curup Rejang Lebong. *Jurnal Vokasi Keperawatan (Jvk)*, *2*(2), 133-140.https://doi.org/10.33369/jvk.v2i2.10692

Rizkiyani, D. (2017). *Pengaruh Konseling Rational Emotif Behavioral Therapy (Rebt) Dalam Mengurangi Kecemasan Peserta Didik Kelas VIII SMP Gajah Mada Bandar Lampung Semester Ganjil Tahun Ajaran 2016/2017* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Sa'diyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek La Tansa Banjarbaru. 2–6. http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2678/

Tuwongena, B. M., Karauwan, F. A., Lumy, D. R., & Saroinsong, Y. F. (2021). Penerapan Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Di Kecamatan Tobelo Kota Kabupaten Halmahera Utara. *Biofarmasetikal Tropis (The Tropical Journal of Biopharmaceutical)*, *4*(2), 15-24.

Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal manajemen dan organisasi*, *6*(1), 45-63. https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183

Yulia, P. R., Baga, L. M., & Djohar, S. (2016). Kepuasan konsumen terhadap pelayanan apotek dan tingkat pengetahuan konsumen mengenai standar pelayanan kefarmasian yang berlaku (studi kasus di Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, *2*(3), 312-312. https://doi.org/10.17358/jabm.2.3.312

Nurmiwiyati*, Frida Kasumawati, Nabila Vilda Sulistia

Program Studi Farmasi Klinis dan Komunitas, StiKes Widya Dharma Husada Tangerang
Korespondensi penulis: Nurmiwiyati. *Email: nurmiwiyati@wdh.ac.id

DOI: https://doi.org/10.56922/pti.v6i6.24