

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK STAR MEDIKA 1 DAN STAR MEDIKA 2

Gede Trima Yasa¹, Made Dwiki Swari Santi², Ni Kadek Putri Satya Jayanti³

¹Prodi S1 Farmasi Klinis Komunitas, Fakultas Kesehatan, Institut Teknologi dan Kesehatan Bintang
Persada

Jalan Gatot Subroto Barat No. 466A, Denpasar, Indonesia

² Prodi S1 Farmasi Klinis Komunitas, Fakultas Kesehatan, Institut Teknologi dan Kesehatan Bintang
Persada

Jalan Gatot Subroto Barat No. 466A, Denpasar, Indonesia

³ Prodi S1 Farmasi Klinis Komunitas, Fakultas Kesehatan, Institut Teknologi dan Kesehatan Bintang
Persada

Jalan Gatot Subroto Barat No. 466A, Denpasar, Indonesia

e-mail: Putrisatyajayanti3004@gmail.com

Received : Juni, 2025	Accepted : Oktober, 2025	Published : Oktober, 2025
-----------------------	--------------------------	---------------------------

Abstract

Consumer satisfaction is an important indicator in assessing the quality of pharmaceutical services in pharmacies, where the appearance of the pharmacy, friendliness of the staff, drug information services, drug availability, and speed of service are the main factors that influence it. The purpose of this study was to determine the effect of pharmaceutical service quality on consumer satisfaction at Star Medika 1 Pharmacy and Star Medika 2 Pharmacy and to identify the most dominant service elements that influence consumer satisfaction. This study used a quantitative method with a descriptive approach and cross-sectional design, involving 120 consumers selected using purposive sampling techniques, where data were collected through questionnaires that had been tested for validity and reliability, then analyzed with the Spearman correlation test using the SPSS 24 application. The results of the study showed that all indicators of service quality had a positive effect on consumer satisfaction. The dimensions of drug availability with a correlation coefficient of $r = 0.765$ with a significance of 0.000, friendliness of officers with a correlation coefficient of $r = 0.757$ with a significance of 0.000, drug information service correlation of $r = 0.733$ with a significance of 0.000, speed of service with a correlation coefficient of $r = 0.732$ with a significance of 0.000. These four dimensions have the strongest correlation to consumer satisfaction. The results of the study at Star Medika Pharmacy 1 and concluded that the characteristics of respondents were dominated by women aged 31-40 years with private/self-employed jobs who tended to return to shop 2-5 times. All aspects of pharmacy services, especially drug availability, friendliness of officers, drug information service, and speed of service, have a very strong relationship (correlation of 0.7302) and have a positive effect on consumer satisfaction.

Keywords: service quality, consumer satisfaction, pharmaceutical services, pharmacy

Abstrak

Kepuasan konsumen adalah indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan kefarmasian di apotek, di mana penampilan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhinya. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2 serta mengidentifikasi elemen pelayanan yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan desain *cross-sectional*, melibatkan 120 konsumen yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis dengan uji korelasi *Spearman* menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian didapatkan bahwa seluruh indikator kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dimensi ketersediaan obat dengan koefisien korelasi $r = 0,765$ dengan signifikansi 0,000, keramahan petugas dengan koefisien korelasi $r = 0,757$ dengan signifikansi 0,000, pelayanan informasi obat korelasi $r = 0,733$ dengan signifikansi 0,000, kecepatan pelayanan dengan koefisien korelasi $r = 0,732$ dengan signifikansi 0,000. Kempat dimensi tersebut memiliki korelasi paling kuat terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian di Apotek Star Medika 1 dan 2 menyimpulkan bahwa karakteristik responden didominasi perempuan usia 31-40 tahun dengan pekerjaan swasta/wiraswasta yang cenderung kembali berbelanja 2-5 kali. Seluruh aspek pelayanan apotek, terutama ketersediaan obat, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, dan kecepatan pelayanan, memiliki hubungan sangat kuat (korelasi 0,7302) dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, pelayanan kefarmasian, apotek

1. PENDAHULUAN

Apotek merupakan tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian dan penyaluran perbekalan kesehatan, khususnya sediaan farmasi agar masyarakat dengan mudah bisa mendapatkan keperluan obat-obatan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat (Permenkes RI, 2017). Apotek sebagai salah satu dari bagian pelayanan kesehatan terdekat dengan masyarakat yang dahulu berorientasi kepada produk dan sekarang berorientasi kepada konsumen dengan tujuan agar apotek dapat membantu konsumen tidak hanya sekedar untuk memperoleh obat yang dibutuhkan melainkan juga agar

konsumen dapat menggunakan obat dengan tepat. Penggunaan obat yang tepat sangat penting dalam mencapai kesembuhan konsumen dan diharapkan dengan Pelayanan kefarmasian yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Dinas Kesehatan, 2016).

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang unik karena kepuasan konsumen bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah, dimana kebutuhan dan keinginan serta harapan dari konsumen tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya (Rohman, 2021).

Tingkat Kepuasan konsumen apotek di Kabupaten Badung jika dilihat berdasarkan lima dimensi indikator pelayanan yang diukur (penampilan apotek, keandalan, ketanggapan pelayanan, ketersediaan obat dan pemberian informasi). Dalam penelitian ini didapatkan hasil sangat baik sebesar 36,1 % pada apoteker melayani dengan ramah, 37,1% pada Pengobatan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen, 38,1% pada apotek memiliki obat dan alat kesehatan yang lengkap, 37,1% apoteker menggunakan identitas pengenalan menurut (Winatin *et al.*, 2021).

Kualitas pelayanan menurut Wyckof yang dikutip kembali oleh Krisna (2020) adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan apotek Krisna (2020).

Peningkatan pelayanan tersebut berdampak pada penjualan yang meningkat tiap tahunnya sebagai penanda bahwa pelayanan kefarmasian yang diberikan kepada konsumen sudah berjalan dengan baik. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sekarang adalah banyak penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kefarmasian berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen, namun mereka belum menggali faktor-faktor spesifik dalam kualitas pelayanan, seperti penampilan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan. Jadi perlunya penelitian lebih mendalam untuk mengidentifikasi elemen-elemen spesifik dari kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Pada Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2 dalam upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian analitik yang sifatnya observasional. Bersifat observasional berarti pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung ditempat yang diselidiki. Pada penelitian ini juga menggunakan Retrospektif data yaitu data yang dikumpulkan dari kejadian atau peristiwa yang telah terjadi di masa lalu. Hasil penelitian kemudian dilakukan pengolahan ataupun penganalisisan guna diambil kesimpulan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain deskriptif yang mengadopsi pendekatan *cross sectional*. Menurut

(Zaluchu, 2021), metode kuantitatif dipilih ketika analisis yang dilakukan melibatkan perhitungan matematis, seperti menggunakan SPSS atau perangkat sejenis, yang memerlukan pengolahan data. Data yang dihasilkan umumnya diperoleh melalui pengukuran di lapangan, seperti melalui angket atau kuesioner. Perhitungan seluruh populasi dilakukan untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan yang berbelanja lebih dari dua kali adalah 150 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, sehingga mendapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 konsumen

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan cara memberikan kuesioner kepada konsumen yang mengunjungi apotek. Penelitian ini dilaksanakan di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung pada bulan Maret- April 2025.

Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berbelanja atau membeli obat di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2 dan telah memenuhi kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan dalam penelitian metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara memilih sampel dari populasi

berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penelitian dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara memilih sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki- Laki	51	42,5%
2	Perempuan	69	57,5%

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan total 69 responden atau 57,5% sedangkan responden laki-laki berjumlah 51 responden atau 42,5%. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah responden berjenis kelamin perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan

Umur			
No	Umur	Jumlah	%
1	18-30 Tahun	32	26,7%
2	31-40 Tahun	53	44,2%
3	41-50 Tahun	24	20,0%
4	>50 Tahun	11	9,2%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kelompok umur 31-40 tahun merupakan kelompok umur terbanyak dengan presentase 44,2%.

Pada usia produktif seseorang cenderung mengupayakan untuk menjaga kondisi kesehatannya ketika beraktifitas padat, pada usia produktif ini individu cenderung lebih memiliki kesadaran untuk menjaga kondisi baik dalam aspek fisik, psikologis, maupun sosial, guna mendukung stabilitas karir dan kehidupan pribadi mereka (Taringan, R. 2022).

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan

Pekerjaan			
No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	Pelajar/Mahasiswa	13	10,8%
2	PNS/TNI/POLRI	9	7,5%
3	Swasta/Wiraswasta	64	53,3%
4	Tenaga Kesehatan	22	18,3%
5	Lainnya	12	10,0%

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 120 respondn persentase pekerjaan tertinggi adalah Swasta/Wiraswasta sebanyak 6\$% dengan presentase terendah adalah PNS/TNI/POLRI sebanyak 9%. Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi tingkat aktivitas fisiknya, sedangkan tingkat aktivitas fisik seseorang akan mempengaruhi kesehatannya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Obat Ke Apotek

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pernah membeli obat di Apotek dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan

Pernah Membeli Obat Ke Apotek			
No	Pernah Membeli Obat di Apotek	Jumlah	%
1	Pertama Kali	16	13,3%
2	2-5 Kali	55	45,8%
3	Sering	49	40,8%

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang sudah berkunjung ke Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2 sebanyak 2-5 kali karena pelayanan yang di dapat di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2 ramah dan profesional, ketersediaan obat yang lengkap, serta kecepatan dan kemudahan dalam proses pembelian.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini adalah penelitian analitik yang sifatnya observasional. Bersifat

observasional berarti pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung ketempat yang diselidiki. Pada penelitian ini juga menggunakan Retrospektif data yaitu data yang dikumpulkan dari kejadian atau peristiwa yang telah terjadi di masa lalu. Analisi 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 (Sugiyono, 2020) dan analisis *Spearman rank correlation* yaitu metode analisis non parametrik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah antara dua variabel ordinal atau variabel yang datanya di urutkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y) di apotek. Dalam studi ini, kualitas pelayanan dikaji melalui lima variabel independen, yaitu penampilan apotek (X1), keramahan petugas (X2), pelayanan informasi obat (X3), ketersediaan obat (X4), dan kecepatan pelayanan (X5). Kelima variabel ini dipilih karena dianggap sebagai faktor-faktor utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh apotek (Anggraeni, dkk 2022).

Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penampilan Apotek

Penampilan apotek merupakan salah satu dimensi penting dalam menilai kualitas pelayanan kefarmasian. Aspek ini mencakup kebersihan, kerapian, dan kenyamanan fasilitas fisik apotek, serta penampilan petugas

yang profesional (Natalia, dkk 2020). Beberapa aspek visual dan kenyamanan yang dapat memengaruhi pengalaman berbelanja dan persepsi terhadap profesionalisme layanan. Data dikumpulkan dari 120 responden dan dibagi menjadi empat aspek penilaian, yaitu A1(Penataan obat yang rapi di apotek), A2 (Ruang tunggu di apotek yang nyaman dan bersih), A3 (Fasilitas pendukung di apotek yang lengkap meliputi tempat brosur obat dan tempat sampah), dan A4 (Penampilan petugas apotek yang rapi dan menarik), yang masing-masing merepresentasikan elemen berbeda dari penampilan apotek. Setiap aspek dinilai berdasarkan kategori kepuasan konsumen yang terdiri dari: Tidak Puas, Cukup Puas, Puas, dan Sangat Puas. Hasil pengolahan data disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 5. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penampilan Apotek

Kepuasan	A1	%	A2	%	A3	%	A4	%
Tidak Puas	1	0.8%	0	0%	0	0%	0	0%
Cukup Puas	7	5.8%	10	8.3%	14	11.7%	15	12.5 %
Puas	40	33.3%	54	45.0%	53	44.2%	61	50.8 %
Sangat Puas	72	60.0%	56	46.7%	53	44.2%	44	36.7 %
Total	120	100%	120	100%	120	100%	120	100 %

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa mayoritas konsumen memberikan penilaian “Puas” hingga “Sangat Puas” pada

keempat aspek penampilan apotek. Pada aspek A1, sebanyak 60,0% responden merasa sangat puas dan 33,3% menyatakan puas, sedangkan hanya 0,8% yang menyatakan tidak puas. Aspek A2 menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi, dengan 46,7% responden merasa sangat puas dan 45,0% merasa puas. Hal yang sama terlihat pada aspek A3, di mana 44,2% responden menyatakan sangat puas dan 44,2% lainnya merasa puas. Sementara itu, pada aspek A4, sebagian besar responden (50,8%) menyatakan puas, disusul 36,7% yang merasa sangat puas.

Kepuasan Konsumen Berdasarkan Keramahan Petugas

Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap keramahan petugas apotek, dilakukan analisis berdasarkan data yang dikumpulkan dari responden. Penilaian terhadap keramahan petugas ini melibatkan empat aspek yang mencakup sikap, respons, keterampilan komunikasi, dan interaksi langsung dengan konsumen. Hasil analisis mengenai kepuasan konsumen terhadap keramahan petugas apotek disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 6. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Keramahan Petugas

	B1		B2		B3		B4	
Kepuasan		%		%		%		%
Tidak Puas	1	0.8 %	1	0.8 %	1	0.8 %	3	2.5 %
Cukup Puas	6	5.0 %	8	6.7 %	22	18.3 %	13	10.8 %
Puas	63	52.5 %	57	47.2 %	50	41.7 %	48	40.0 %

		%		5%		7%		0%
Sangat Puas	50	41.7 %	54	45.0 %	47	39.2 %	56	46.7 %
Total	120	100%	120	100%	120	100%	120	100%

Berdasarkan Tabel diatas dan, tingkat kepuasan konsumen terhadap keramahan petugas apotek secara umum menunjukkan hasil yang sangat positif. Pada aspek B1 (sikap ramah, senyum, sapa, dan salam), sebagian besar responden merasa puas (52,5%) dan sangat puas (41,7%). Aspek B2 (kemampuan komunikasi) juga mencatat tingkat kepuasan yang tinggi dengan 47,5% responden puas dan 45,0% sangat puas. Sementara itu, pada aspek B3 (tanggapan terhadap keluhan), meskipun terdapat 18,3% responden yang cukup puas, mayoritas tetap merasa puas (41,7%) dan sangat puas (39,2%). Aspek B4 (kesediaan membantu dengan baik dan sabar) menunjukkan kepuasan yang sangat baik, dengan 46,7% responden sangat puas dan 40,0% puas. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan bahwa keramahan petugas apotek dinilai sangat baik oleh mayoritas konsumen.

Kepuasan Konsumen Berdasarkan Pelayanan Informasi Obat

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan informasi obat, dilakukan analisis berdasarkan persepsi responden terhadap tiga aspek utama, yaitu kelengkapan informasi, kejelasan penjelasan, dan kemudahan pemahaman informasi yang diberikan oleh petugas apotek. Hasil analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan informasi obat disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 7. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Pelayanan Informasi Obat

Kepuasan	C1	%	C2	%	C3	%
Tidak Puas	2	1.7 %	3	2.5 %	2	1.7 %
Cukup Puas	9	7.5 %	14	11.7 %	18	15.0 %
Puas	72	60.0 %	54	45.0 %	52	43.3 %
Sangat Puas	37	30.8 %	49	40.8 %	48	40.0 %

Total	120	100	120	100	120	100	Cukup												
	%	%	%	%	%	%	Puas	18	15.	17	14.	13	10.	15	12.	15	12.		
							Puas	0%	0%		2%		8%		5%		5%		
Berdasarkan Tabel diatas, mayoritas konsumen memberikan penilaian positif terhadap pelayanan informasi obat oleh petugas apotek. Pada aspek C1 (pemberian konseling dan edukasi), sebanyak 60,0%							Puas	60	50.	59	49.	64	53.	63	52.	59	49.		
							Puas	0%	0%		2%		3%		5%		2%		
							Sangat	39	32.	41	34.	42	35.	40	33.	45	37.		
							Puas	5%	5%		2%		0%		3%		5%		
Total	120	100	120	100	120	100	Total	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100		
	%	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		

responden merasa puas dan 30,8% sangat puas. Aspek C2 (penyampaian informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti) menunjukkan 45,0% responden puas dan 40,8% sangat puas. Sementara itu, pada aspek C3 (keterbukaan informasi harga obat), 43,3% responden menyatakan puas dan 40,0% sangat puas. Meskipun terdapat sebagian kecil yang cukup puas dan tidak puas pada ketiga aspek, secara keseluruhan pelayanan informasi obat dinilai sangat baik oleh sebagian besar konsumen.

Kepuasan Konsumen Berdasarkan Ketersediaan Obat

Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap ketersediaan obat di apotek, dilakukan analisis berdasarkan respons konsumen terhadap lima kategori obat yang tersedia. Aspek yang dinilai mencakup kelengkapan stok obat, kesesuaian dengan permintaan konsumen, serta kecepatan dalam penyediaan obat yang dibutuhkan. Hasil analisis kepuasan konsumen terhadap ketersediaan obat disajikan dalam Tabel berikut:

Tabel 8. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Ketersediaan Obat

Kepuasan	D1		D2		D3		D4		D5	
	%		%		%		%		%	
Tidak	3	2.5	3	2.5	1	0.8	2	1.7	1	0.8
Puas	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

Mayoritas konsumen merasa puas terhadap ketersediaan obat di apotek pada seluruh kategori yang diamati. Pada kategori D1 hingga D5, proporsi responden yang menyatakan puas berkisar antara 49,2% hingga 53,3%, dan yang sangat puas antara 32,5% hingga 37,5%. Sementara itu, responden yang merasa cukup puas berkisar antara 10,8% hingga 15,0%, dan hanya sebagian kecil, yaitu 0,8% hingga 2,5%, yang menyatakan tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, ketersediaan obat di apotek dinilai baik oleh konsumen.

Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kecepatan Pelayanan

Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap kecepatan pelayanan di apotek, analisis dilakukan berdasarkan respons konsumen terhadap tiga kategori utama pelayanan, yaitu kecepatan dalam melayani konsumen, waktu yang dibutuhkan untuk memberikan obat, serta efisiensi dalam proses transaksi. Hasil analisis kepuasan konsumen terhadap kecepatan pelayanan disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 9. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kecepatan Pelayanan

Kepuasan	E1		E2		E3	
	%		%		%	
Tidak	0	0%	0	0%	1	0.8%
Puas						

Cukup Puas	11	9.2%	15	12.5%	8	6.7%
Puas	73	60.8%	54	45.0%	60	50.0%
Sangat Puas	36	30.0%	51	42.5%	51	42.5%
Total	120	100%	120	100%	120	100%

Mayoritas konsumen merasa puas hingga sangat puas terhadap kemudahan pelayanan di apotek, khususnya dalam hal kecepatan pelayanan. Pada ketiga kategori (E1–E3), tingkat kepuasan berada pada kisaran 45,0% hingga 60,8% untuk kategori puas, dan 30,0% hingga 42,5% untuk kategori sangat puas. Responden yang merasa cukup puas berkisar antara 6,7% hingga 12,5%, sementara yang merasa tidak puas hampir tidak ada atau sangat sedikit (maksimal 0,8%). Hal ini mencerminkan bahwa aspek kecepatan pelayanan mendapat penilaian sangat positif dari konsumen.

Hasil Uji *Spearman Rank Correlations* Pada ke Lima Dimensi Kepuasan Konsumen

Uji Korelasi Peringkat Spearman (r_s atau ρ) adalah metode statistik non-parametrik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan monotonik antara dua variabel berdasarkan peringkat data, bukan nilai mentah. Tidak seperti korelasi Pearson yang mensyaratkan hubungan linier dan distribusi normal, Spearman lebih fleksibel dan cocok untuk data yang tidak memenuhi asumsi tersebut. Uji ini bertujuan mengetahui konsistensi pergerakan dua variabel, apakah cenderung naik atau turun bersama secara konsisten, meskipun tidak dalam proporsi yang sama (Stepanov, 2025).

Tabel 10. Hasil Uji *Spearman Rank Correlations* Pada ke Lima Dimensi Kepuasan Konsumen

Variabel Independent	Varaiabel Dependen	<i>Correlation Coefficient</i>	Hubungan korelasi
Penampilan Apotek	Kepuasan Konsumen	0,664	Kuat
Keramahan Petugas	Kepuasan Konsumen	0,757	Kuat
Pelayanan Informasi Obat	Kepuasan Konsumen	0,733	Kuat
Ketersediaan Obat	Kepuasan Konsumen	0,765	Kuat
Kecepatan Pelayanan	Kepuasan Konsumen	0,732	Kuat

Berdasarkan tabel di dapatkan bahwa hasil uji penampilan apotek terhadap kepuasan konsumen di dapatkan nilai *Correlation Coefficient* sebesar 0,664 dengan hubungan korelasi kuat, ini di dapatkan dari hasil perbandingan dengan nilai standar dalam uji *spearman rank correlation*, dimana nilai 0.60 - 0.79 memiliki hubungan yang kuat. Nilai Korelasi ($p = 0,664$) menunjukkan adanya hubungan positif antara penampilan apotek dengan kepuasan konsumen dimana dapat di artikan bahwa semakin baik penampilan apotek, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumennya. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik penampilan apotek, baik dari sisi kebersihan, kerapian, tata letak, kenyamanan, hingga penampilan petugas, maka semakin tinggi pula

tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

3.2 Pembahasan

Pada umumnya perempuan lebih peduli terhadap kesehatan diri sendiri maupun kesehatan keluarga. Responden yang berjenis kelamin perempuan lebih peduli terhadap kesehatan yang mencakup obat-obatan, selain itu sumber informasi yang didapat oleh perempuan lebih banyak karena perempuan sering berinteraksi dan lebih aktif daripada laki-laki (Dzakia, dkk 2020). Menurut Permatananda, dkk (2020) menjelaskan bahwa sejak kecil perempuan cenderung ikut terlibat dalam persiapan makan keluarga sehingga bisa berlanjut mempersiapkan makan yang sehat ketika dewasa. Pengalaman di keluarga dapat memengaruhi perempuan untuk menjalankan gaya hidup sehat dan perempuan cenderung memiliki keyakinan dan berpotensi menerapkan perilaku sehat yang lebih besar dibandingkan laki-laki.

Pada usia produktif seseorang cenderung mengupayakan untuk menjaga kondisi kesehatannya ketika beraktifitas padat, pada usia produktif ini individu cenderung lebih memiliki kesadaran untuk menjaga kondisi baik dalam aspek fisik, psikologis, maupun sosial, guna mendukung stabilitas karir dan kehidupan pribadi mereka (Taringan, R. 2022). Dengan demikian, dominasi responden dari kelompok usia produktif dalam penelitian ini memberikan indikasi bahwa mereka memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mempertahankan kondisi yang baik. Menurut Mardiana *et al.* (2020) menjelaskan bahwa individu dengan literasi kesehatan yang baik

cenderung lebih aktif mencari bantuan kesehatan. Dalam konteks usia produktif, peningkatan literasi kesehatan pada individu ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran mereka untuk menjaga Kesehatan.

Menurut Ekawati *et al.* (2020) menemukan bahwa kelompok pekerjaan non- kantoran memiliki tingkat aktivitas fisik yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok pekerja kantoran dan yang tidak bekerja. Pekerjaan yang bersifat fisik, seperti di sektor non-kantoran, cenderung meningkatkan tingkat aktivitas fisik individu, yang berkontribusi pada kesehatan yang lebih baik. Pekerja non-kantoran juga memiliki risiko yang tinggi untuk cedera sehingga memiliki kemungkinan juga untuk mengganggu kesehatannya.

Selain itu dibuktikan pula dengan hasil penelitian ini bahwa kunjungan responden ke Apotek star medika 1 dan star medika 2 yang baru pertama kali memiliki presentase paling kecil yakni 13,3%. Hal ini sesuai dengan penelitian (Benita, dkk 2023), menyatakan bahwa pasien rata-rata berkunjung ke apotek sudah lebih dari 5 kali dengan presentase 38,89% sehingga kedatangan pasien kembali ke apotek cukup besar. Menurut Pratiwi *et al.* (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat beli obat di apotek. Semakin sering pasien berkunjung dan semakin puas dengan pelayanan, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali membeli obat di apotek tersebut (Arfania, dkk 2022).

Penampilan apotek tempat penelitian ini memberikan kontribusi yang cukup penting terhadap kepuasan konsumen. Apotek dilengkapi dengan ruang tunggu yang bersih dan nyaman, serta pendingin ruangan (AC) yang membuat suasana tetap sejuk dan mendukung kenyamanan pengunjung. Obat-obatan tersusun dengan rapi di rak yang terorganisir sesuai kategori, sehingga memudahkan petugas maupun konsumen dalam proses pencarian. Selain itu, apotek ini juga memiliki area parkir yang cukup luas dan tertata, sehingga mempermudah akses bagi konsumen yang datang dengan kendaraan pribadi. Kebersihan lantai, pencahayaan yang cukup, dan penampilan petugas yang rapi turut menambah kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Meskipun tidak dominan seperti aspek interpersonal, lingkungan fisik yang bersih, tertata rapi, dan nyaman tetap memengaruhi kenyamanan serta persepsi profesionalitas suatu fasilitas pelayanan. Konsumen cenderung lebih percaya pada layanan yang disampaikan dalam lingkungan yang higienis dan representatif.

Keramahan petugas apotek merupakan komponen penting dalam pelayanan kefarmasian yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tingginya nilai kepuasan pada aspek ini menunjukkan bahwa petugas telah berhasil menjalankan fungsi pelayanan dengan baik, tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga dari sisi interpersonal. Sikap ramah seperti menyapa pasien dengan sopan, memberikan informasi obat secara jelas, dan melayani dengan sabar

berperan besar dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Keramahan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain beban kerja, keterampilan komunikasi, dan lingkungan kerja yang mendukung. Sebagai bentuk upaya untuk meningkatkan keramahan, apotek secara berkala mengadakan pelatihan dan seminar pelayanan prima, evaluasi kinerja, serta kegiatan pembinaan internal seperti pertemuan rutin atau sharing session antarpetugas, guna melatih keterampilan komunikasi dan meningkatkan motivasi kerja. Berbagai strategi ini bertujuan untuk menciptakan interaksi yang positif antara petugas dan konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap apotek, (Permatasari, dkk 2024).

pelayanan informasi obat di apotek sangat diterima baik oleh konsumen, dengan sebagian besar responden merasa puas dan sangat puas dengan kelengkapan, kejelasan, dan kemudahan pemahaman informasi obat yang diberikan oleh petugas apotek. Dimensi kecepatan pelayanan juga terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kecepatan pelayanan di apotek, terutama dalam melayani resep atau kebutuhan konsumen lainnya, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin cepat petugas dalam memberikan layanan, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dan menghargai efisiensi waktu yang diberikan. Dalam sektor pelayanan

kesehatan, waktu sering kali menjadi faktor krusial, terutama saat konsumen datang dengan kondisi mendesak. Kecepatan pelayanan ini dapat tercapai karena petugas kefarmasian yang ada memiliki standar pendidikan yang memadai, yaitu minimal D3 Farmasi dan S1 Farmasi. Dengan standar pendidikan tersebut, petugas kefarmasian memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan pelayanan informasi obat (PIO) yang berkualitas, sehingga pelayanan dapat berjalan dengan baik dan konsumen merasa puas (Benita, dkk 2022).

Semakin lengkap dan tepat jenis obat yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dan percaya terhadap pelayanan apotek tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa apotek yang mampu menyediakan obat dengan lengkap dan sesuai kebutuhan konsumen cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Misalnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Setianingrum *et al.* (2020), ditemukan bahwa ketersediaan obat yang memadai berkontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di apotek Kabupaten Banjarnegara. Selain itu, jenis obat yang tersedia di apotek juga beragam, mulai dari obat bebas seperti parasetamol, obat bebas terbatas seperti dekongestan, hingga obat keras dan narkotika yang memerlukan resep dokter. Apotek yang mampu menyediakan berbagai jenis obat ini menunjukkan komitmennya dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka (Alrosyidi, dkk 2020).

Kecepatan petugas dalam melayani resep sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, terutama dalam situasi mendesak di mana efisiensi waktu menjadi krusial. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2024 tentang Standar Teknis Pemenuhan Standar Pelayanan Minimal Kesehatan, waktu tunggu pelayanan resep ditetapkan maksimal 30 menit untuk obat non-racikan (obat jadi) dan maksimal 60 menit untuk obat racikan (Kemenkes RI, 2024). Standar ini bertujuan untuk memastikan pelayanan farmasi yang efisien dan responsif. Pemenuhan standar waktu tunggu ini sangat dipengaruhi oleh kompetensi petugas kefarmasian, yang umumnya memiliki latar belakang pendidikan minimal D3 Farmasi atau S1 Farmasi.

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman's rho, seluruh variabel yang dianalisis penampilan apotek ($p = 0,664$), keramahan petugas ($p = 0,757$), pelayanan informasi obat ($p = 0,733$), ketersediaan obat ($p = 0,765$), dan kecepatan pelayanan ($p = 0,732$) menunjukkan hubungan yang positif dan kuat terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai korelasi berada dalam rentang 0,60–0,79. Ini berarti, semakin baik kualitas dari masing-masing aspek tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Masing masing aspek pelayanan memberikan kontribusi penting dalam membentuk pengalaman positif konsumen, di mana keramahan petugas dan ketersediaan obat memiliki korelasi yang paling tinggi dalam penelitian ini.

Selain itu, temuan ini juga diperkuat oleh beberapa studi sebelumnya seperti oleh Putri (2017), Aryanti et al. (2024), dan Musyarofah et al. (2022) yang menegaskan bahwa faktor interpersonal, ketersediaan obat, serta pelayanan informasi dan kecepatan layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Meskipun kekuatan korelasi bervariasi, semua variabel memiliki hubungan yang bermakna secara statistik ($p < 0,05$), yang menegaskan bahwa strategi peningkatan mutu pelayanan apotek harus memperhatikan seluruh aspek tersebut secara seimbang—tidak hanya dari segi fasilitas dan efisiensi operasional, tetapi juga dari sisi kualitas interaksi antara petugas dan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Apotek Star Medika 1 dan Apotek Star Medika 2, dapat disimpulkan bahwa: Karakteristik responden dalam penelitian ini untuk jenis kelamin didominasi oleh perempuan dengan persentase responden sebanyak 57,5% karakteristik berdasarkan usia responden paling banyak di usia 31-40 tahun. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh pekerja swasta/wiraswasta. Karakteristik yang terakhir terkait dengan minat membeli kembali didapatkan hasil paling banyak adalah 2-5 kali kunjungan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap 120 responden menggunakan uji korelasi *Spearman's rank*, dapat disimpulkan bahwa seluruh aspek pelayanan apotek memiliki

hubungan yang sangat kuat dengan rata-rata nilai uji korelasi sebesar 0,7302.

DAFTAR PUSTAKA

- Alrosyidi, M., Setyawan, R., & Wijayanti, E. (2020). Ketersediaan obat dan kepuasan pelanggan di apotek. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 8(2), 145–151.
- Anggraeni, D., Hidayati, S., & Lestari, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kesehatan*, 13(2), 101–109.
- Anggraeni, D., Hidayati, S., & Lestari, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kesehatan*, 13(2), 101–109.
- Aryanti, N., Prasetya, R., & Suryani, E. (2024). Hubungan ketersediaan obat dengan kepuasan dan loyalitas pasien di apotek. *Jurnal Ners*, 18(1), 34–40.
- Benita, M., Fadilah, N., & Permana, D. (2023). Frekuensi kunjungan pasien dan kepuasan pelayanan di apotek swasta. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 9(2), 89–95.
- Benita, M., Lestari, A., & Fadilah, N. (2022). Pelayanan kefarmasian dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan apotek. *Jurnal Farmasi dan Pelayanan Kesehatan*, 10(1), 56–63.
- Dinas Kesehatan. (2016). *Petunjuk teknis pelayanan kefarmasian di apotek*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Dzakia, M. A., Fitriana, N., & Hidayat, A. (2020). Perbedaan tingkat pencarian informasi kesehatan antara laki-laki dan perempuan. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 8(1), 67–74.
- Ekawati, L., Sudrajat, T., & Aulia, R. (2020). Aktivitas fisik berdasarkan jenis pekerjaan: Studi pada masyarakat perkotaan. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 12(3), 123–129.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek*. Jakarta: Kemenkes RI.

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2024 tentang Standar Teknis Pemenuhan Standar Pelayanan Minimal Kesehatan*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Krisna, I. M. (2020). Kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 112–120.
- Mardiana, N., Rahmawati, L., & Siregar, F. (2020). Literasi kesehatan dan hubungannya dengan perilaku pencarian layanan kesehatan. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(2), 99–107.
- Musyarofah, L., Harahap, M., & Zahra, N. (2022). Pengaruh pelayanan informasi obat terhadap kepuasan pasien di apotek. *Jurnal Pharmaceutical Science and Research*, 19(1), 71–78.
- Natalia, R., Yuliana, N., & Sari, M. (2020). Penampilan apotek dan pengaruhnya terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Ilmu Kefarmasian*, 8(1), 45–52.
- Natalia, R., Yuliana, N., & Sari, M. (2020). Penampilan apotek dan pengaruhnya terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Ilmu Kefarmasian*, 8(1), 45–52.
- Permatananda, A., Kusuma, N., & Dewi, L. (2020). Peran pengalaman masa kecil dalam perilaku hidup sehat perempuan dewasa. *Jurnal Psikologi Kesehatan*, 6(2), 88–95.
- Permatasari, R., Ananda, M., & Putra, A. (2024). Pelatihan interpersonal petugas apotek dalam peningkatan kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmu dan Inovasi Farmasi*, 11(2), 58–66.
- Pratiwi, R. G., Santosa, B., & Lestari, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan niat beli obat di apotek. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 5(2), 112–119.
- Putri, D. A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan konsumen. *Indonesian Journal for Health Sciences*, 6(1), 23–30.
- Rohman. (2021). Kepuasan konsumen dalam pelayanan apotek. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 5(1), 45–53.
- Setianingrum, A., Lestari, S., & Supriyadi, H. (2020). Hubungan antara ketersediaan obat dan kepuasan pasien di apotek Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia*, 9(1), 51–58.
- Stepanov, A. (2025). Understanding Spearman's rank correlation in health service research. *Journal of Applied Statistics in Healthcare*, 15(2), 115–123.
- Stepanov, A. (2025). Understanding Spearman's rank correlation in health service research. *Journal of Applied Statistics in Healthcare*, 15(2), 115–123.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Taringan, R. (2022). Kesadaran kesehatan pada usia produktif: Studi perilaku masyarakat urban. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 17(1), 72–79.
- Winatin, A., Sutrisna, R., & Prasetya, F. (2021). Tingkat kepuasan konsumen apotek di Kabupaten Badung berdasarkan dimensi SERVQUAL. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(3), 214–220.
- Zaluchu, S. (2021). *Metodologi penelitian kesehatan masyarakat*. Bandung: Refika Aditama.