

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN APOTEK FATHURRAHMAN DI KAYUAGUNG

Imam Suroso, Muhammad Deni, Aras Tulip, Vivin Afini, Arubina Bangsawan
imam_suroso@unisti.ac.id, muhammadden1775@gmail.com, arastulip@unisti.ac.id,
vivin@unisti.ac.id, mulawarman_11@yahoo.co.id

Dosen Tetap Universitas Sjakhyakiri

ABSTRAK

This study aims to: find out how the quality of drug service to consumers at Faturrahman Pharmacy and find out how consumer satisfaction in receiving drug services at Faturrahman Pharmacy. The research method used in this study is associative (influence), namely this study is to determine the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Faturrahman Pharmacy in Kayuagung.

Data analysis uses product moment correlation analysis and uses the R formula with the data collection method through questionnaires. The subject of this study was a consumer of Faturrahman Pharmacy and a sample of 96 respondents was determined. Based on the calculation results using the product moment coefficient formula, the value of $r = 0.9993$ while the r table for $n = 94$ ($96-2$) with an error level of 5% or 0.05 is 0.2006. So, r count is greater than r table ($0.9993 > 0.2006$), this means that there is a positive and significant influence between service quality on customer satisfaction of Faturrahman Pharmacy.

Judging from the calculation, the value of the coefficient of determination is 99.86%. This means that the influence of personnel management information systems on employee performance is 99.86% and the remaining 0.14% is influenced by other factors. The results showed that Service Quality (X) has a correlation and affects Faturrahman Pharmacy Consumer Satisfaction.

Keywords: *Quality Service, Customer Satisfaction Apotek Faturrahman.*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan atau juga sering disebut mutu pelayanan adalah Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan (Soetjipto, 2007:18). Kepuasan pelanggan adalah indikator utama dari standar suatu fasilitas kesehatan, apabila kepuasan pelanggan rendah maka akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang semakin menurun serta mempengaruhi *profitabilitas* fasilitas kesehatan tersebut, sedangkan sikap dan perilaku petugas terhadap pelanggan juga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan dimana kebutuhan pelanggan dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu juga tuntutanannya akan mutu pelayanan yang diberikan (Atomojo, 2006). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Kualitas pelayanan apotek Faturrahman mempunyai kehandalan, memberikan layanan dengan segera, ketepatan layanan, karyawan sangat berpengalaman ini terlihat dari caranya melayani pasien atau konsumen dalam penanganan keluhan dan menangani kebutuhan pasien atau konsumen dengan ramah dan baik. Jumlah konsumen meningkat ini berefek pada

penjualan meningkat setiap tahunnya menandakan banyak konsumen yang menebus resep maupun yang berbelanja di apotik Fathurrahman Kayuagung, peningkatan ini semua merupakan imbalan dari profesionalisme dan kesabaran dalam melayani pasien dan masyarakat sehingga dengan sendirinya *service* yang memuaskan itu disampaikan kepada orang lain.

Masalah yang sering terjadi di Apotek Fathurrahman yaitu terjadi kesalah pahaman dengan konsumen yang hanya menyebutkan ciri-ciri bungkus obat tanpa membawa resep obat yang akan di minta tanpa menyebut merk dari obat yang dimaksud membuat karyawan Apotek Fathurrahman bingung mencari obat tersebut. Disamping itu juga Apotek Fathurrahman bekerja sama dengan Klinik Madira (Klinik BPJS) di Kayuagung, pada akhir-akhir ini meningkatnya pasien BPJS klinik madira membuat konsumen harus menunggu lama untuk mengambil obat yang diresepkan di Apotek Fathurrahman. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti masalah dengan mengambil judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Fathurrahman di Kayuagung.

TELAAH TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2008:36) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan yang 8 berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tererat

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008:184), jenis kualitas pelayanan dapat dipisahkan menjadi 3, yaitu sebagai berikut: 1) Kualitas Fungsi yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, dan kemudahan akses, dan *service mindedness* 2) Kualitas Teknis *output* yang diraskan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika *output*. 3) Reputasi Perusahaan yang di cerminkan oleh citra peusahaan dan reputasi dimata konsumen.

Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi (2008: 182), yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antar lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual dan pribadi yang memberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2009:52) kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja mereka gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi (2008:158) terdapat lima faktor utama yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

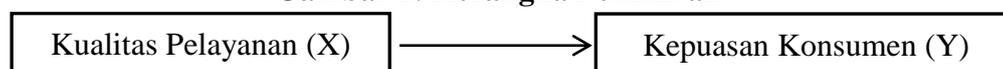
1. Kualitas Produk Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
2. Kualitas Pelayanan Terutama untuk produk jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Sikap Perusahaan Pelanggan akan merasa bangga dapat mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan kama dari kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas atas merek tertentu.
4. Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan berikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau perlu membuang waktu mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Nek Kamal Yeop Yunus, Azman Ismail, Zubrina Raneed dan Salomawati Ishak (2009) dengan judul “Service Quality Dimensions, Perceive Value and Customer Satisfaction: ABC Relationship Model Testing. IBEJ Vol.2 Issue N0.1”, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Muzahid Akbar, Noorjahan Parvez (2009) dengan judul “Impact Service Quality, Trust, and Customers Satisfaction on Customers Loyalty.ABAC Journal Vol.29 No.1, dan penelitian yang dilakukan oleh Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun (2010) dengan judul “Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. Internasional Jurnal of Inovation, Management and Technology Vol.1 No.4.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Ho: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan penulis adalah kuantitatif yang berkaitan dengan hubungan yang bersifat sebab akibat karena variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X) mempengaruhi variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Operasional Variabel

Menurut Tulip (2019: 27) Operasional Variabel adalah proses menjelesakan variabel

dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur. Operasional variabel berisi uraian singkat dari masing-masing variabel yang diteliti atau yang terdapat pada desain penelitian. Adapun operasional variabel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) Sumber: Rambat Lupiyoadi (2008: 182)	Realibility	Obat mudah didapat	Likert
		konsumen tidak lama menunggu	
	Responsiveness	Karyawan cepat dalam memberikan pelayanan	
		Karyawan mampu menjawab semua pertanyaan konsumen	
	Emphaty	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	
		Karyawan ramah dalam melayani konsumen	
	Assurance	Komunikasi yang baik terhadap konsumen	
		Karyawan mampu menimbulkan rasa kepercayaan konsumen terhadap obat yang diberikan	
	Tangibles	Kebersihan di Apotek	
		Kelengkapan fasilitas di Apotek	
Kepuasan Konsumen (Y) Sumber: Rambat Lupiyoadi (2008:158)	Kualitas Produk/ jasa	Pelayanan lebih baik dibanding Apotek yang lain	Likert
		Jasa yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	
	Kualitas Pelayanan	Pelayanan memenuhi harapan konsumen	
		Cepat menanggapi keluhan konsumen	
	Harga	Harga lebih terjangkau disbanding Apotek lain	
		Harga sesuai dengan pasaran	
	Sikap perusahaan	Karyawan cepat dalam memberikan pelayanan	
		Konsumen cepat untuk mendapatkan informasi	
	Keamanan	Keamanan di lingkungan apotek	
		Keamanan selama pelayanan	

Populasi

Populasi dalam penelitian ini di ambil *Sampling Random* konsumen di Apotek Fathurrahman Kayuagung.

Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan tehnik random sampling yang mewakili para konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian di Apotek Fathurrahman Kayuagung. Karena populasi konsumen Apotek Fathurrahman tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2010), yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 – P

L = Tingkat ketelitian 10%

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan rumus lemeshow diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti sebesar 96,04 responden, peneliti menetapkan menjadi 96 responden.

Unit Analisis

Menurut Tulip (2019: 10) Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya. Pada bagian ini diuraikan lokasi instansi yang menjadi objek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen Apotek Fathurrahman Kayuagung.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data primer yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti dan data sekunder yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. yaitu dengan cara Pengamatan (*Observation*), Wawancara (*Interview*), Kuesioner, dan penelitian kepustakaan (*Library Reaearch*) yaitu melakukan studi kepustakaan ini, penulis mengumpulkan data dengan membaca literatur dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Riset Internet (*Online Research*), dan Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau *website* yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis Korelasi

Analisis korelasi menggunakan korelasi *product moment* dengan variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen) dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{(\sum xy)}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

x = Kualitas Pelayanan

y = Kepuasan Konsumen

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat Y

Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Dengan hipotesis (H_0) dengan hipotesis (H_a) yaitu:

H_0 : $p = 0$, Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

H_0 : $p \neq 0$, Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui hipotesis ini diterima atau ditolak, maka digunakan uji r dengan taraf

kesalahan 5%.

Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: H_0 ditolak, H_a diterima

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$: H_0 ditolak, H_a ditolak

Untuk menghitung adanya hubungan atau tingkat hubungan atau tinggi rendahnya tingkat hubungan kedua variabel berdasarkan nilai koefisien korelasi digunakan penafsiran atau interpretasi dilihat dari angka-angka.

Tabel 2. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interprestasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2005:214).

Koefisien Determinasi

Untuk menghitung seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen digunakan koefisien determinasi. Rumus untuk menentukan koefisien determinasi adalah:

$$R = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R = Koefisien determinasi

r_{xy}^2 = Pangkat dua korelasi X dan Y

100% = Untuk menunjukkan satuan variabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
A	Jenis Kelamin		
	1. Laki – laki	36	37,5
	2. Perempuan	60	62,5
	Total	96	100
B	Usia		
	1. 18-30 Tahun	20	20,833
	2. 31 - 40 Tahun	15	15,625
	3. > 40 Tahun	61	63,542
	Total	96	100
C	Pendidikan Terakhir		
	1. SMA/Sederajat	61	63,54
	2. Diploma III (D3)	28	29,17
	3. Sarjana (S1)	7	7,29
	Total	96	100

Sumber: data diolah

Pengujian Hipotesis

Analisis Korelasi (*Product Moment*)

Berdasarkan data hasil Penelitian yang diperoleh dari responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

N	: 96	$\sum xy$: 164.536
$\sum x$: 3.966	$\sum x^2$: 164.228
$\sum y$: 3978	$\sum y^2$: 165.066

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$
$$r_{xy} = \frac{164.536}{\sqrt{(164.228)(165.066)}}$$
$$r_{xy} = \frac{164.536}{164.646,47}$$
$$r_{xy} = 0,9993$$

Dari hasil perhitungan yang menggunakan rumus koefisien product moment, maka nilai $r = 0,9993$. Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh sistem informasi manajemen kepegawaian terhadap kinerja pegawai, maka perlu dibandingkan r hitung dengan r tabel pada lampiran 5 untuk taraf kesalahan 5% antara taraf kepercayaan 95% dan $n-2 = 96-2 = 94$.

Berdasarkan perhitungan $r = 0,9993$ diperoleh nilai r tabel = 0,2006. Maka r hitung lebih besar dari r tabel ($0,9993 > 0,2006$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Apotek Fathurrahman.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sistem informasi manajemen kepegawaian terhadap kinerja pegawai secara persentase dapat digunakan koefisien determinasi dengan cara sebagai berikut:

$$R = r_{xy}^2 \times 100\%$$
$$R = (0,9993)^2 \times 100\%$$
$$R = 0,9986 \times 100\%$$
$$R = 99,86\%$$

Dari perhitungan diatas, koefisien determinasi adalah 99,86%. Hal ini berarti pengaruh sistem informasi manajemen kepegawaian terhadap kinerja pegawai sebesar 99,86% dan sisanya 0,14% di pengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Kepuasan konsumen saat berinteraksi dengan karyawan berpengaruh pada persepsi tentang kualitas pelayanan dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jaminan sesuai dengan keinginan konsumen menjadi salah satu faktor penentu kepuasan. Karena itu, dapat dikatakan pula bahwa pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dipercaya yang dimiliki oleh karyawan Apotek Fathurrahman Kayuagung menjadi salah satu faktor penting yang diinginkan konsumen setiap kali transaksi di Apotek Fathurrahman.

Karakteristik pelayanan yang tidak berwujud berdampak pada sulitnya mengukur kualitas pelayanan itu sendiri. Hal tersebut juga membawa pengaruh terhadap persepsi dan pemahaman konsumen akan layanan itu sendiri. Keraguraguan seringkali muncul pada konsumen ketika mereka hendak memutuskan untuk mengkonsumsi layanan, keragu-raguan konsumen akan layanan itu sendiri yang tidak berwujud dapat diwujudkan atau ditampilkan dengan bukti fisik. Untuk itu dalam hal memberikan kepuasan pada konsumen kereta api Sindang Marga dapat memberikan petunjuk mengenai kualitas pelayanan, pelayanan yang prima, pengetahuan karyawan dan komunikasi yang baik guna membantu konsumen agar

tertarik dalam menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan.

Dengan demikian semakin baik pemahaman pada kualitas pelayanan maka tujuan kepuasan konsumen akan semakin efektif. Hal tersebut disebabkan karena konsep pemahaman pada kualitas tersebut disesuaikan dengan kemauan konsumen, dengan adanya pemahaman pada konsumen dan mengetahui apa yang sedang dihadapi permasalahan oleh konsumen maka konsumen akan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Apotek Fathurrahman.

KESIMPULAN

Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Apotek Fathurrahman di Kayuagung positif dan signifikan dimana uji t hitung 0,993 dengan interval hubungan yang sangat kuat berarti apabila Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Konsumen ikut meningkat juga. Besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu 99,93% dan mempengaruhi faktor lain yang tidak diteliti sebesar 0,14%. Berdasarkan penelitian penyebab terjadinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Apotek Fathurrahman di Kayuagung maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Apotek Fathurrahman ini sudah sangat baik. Artinya hal-hal yang berhubungan antara karyawan apotek fathurrahman dengan konsumen, baik itu komunikasi, kesopanan/keramahan dan kenyamanan serta kebersihan sangat terlaksana dengan baik. Begitu juga fasilitas yang disediakan oleh pihak Apotek Fathurrahman sudah sangat maksimal. Hal ini dapat terlihat dari jawaban responden mengenai indikator kepuasan konsumen melalui penyebaran angket kuesioner.
2. Kenyamanan semua konsumen Apotek Fathurrahman teragntung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Apotek Fathurrahman baik dari sikap karyawan maupun fasilitas yang di sediakan serta harga yang mampu bersaing di pasaran.

Saran

Diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi Apotek Fathurrahman Kayuagung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan pula penelitian ini digunakan oleh Apotek Fathurrahman Kayuagung sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Apotek Fathurrahman Kayuagung. Upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Apotek Fathurrahman Kayuagung antara lain:

1. Memberikan pelayanan prima sebaik mungkin kepada konsumen.
2. Memahami apa yang di inginkan konsumen agar terjalinnya komunikasi yang baik dengan konsumen.
3. Memberikan rasa kepercayaan terhadap obat yang diberikan kepada konsumen.
4. Harga yang terjangkau dari apotek lainnya melainkan harga obat disediakan sesuai dengan harga pasaran.
5. Memberikan fasilitas yang memadai seperti parkir, tempat tunggu yang nyaman serta keamanan di lingkungan sekitar apotek.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Hilwa. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Baju Kaos Nyenyas Palembang*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 3 No. 1, hal. 30 - 42, Juli-Desember 2019.
- Deni, Muhammad. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Teman Bus PT. Trans Musi Palembang Jaya Di Kota Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI) ISSN 2621-4695, Vol 5 No 2, p. 364-372.

- Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pusaka Aksara.
- Ghozali, Zein. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pembuatan Perijinan Terhadap Citra Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kota Palembang (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening)*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 1 No. 2, hal. 97 - 112, Januari-Juni 2018.
- Hanifa, Riri. 2019. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Palembang*. Motivasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, P-ISSN: 2548-1622, E-ISSN: 2716-4039, Vol. 4, No. 2, hal. 713 - 723, November 2019
- Imei Putri Jayanti. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Atmo Palembang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. alih bahasa Bob Sabran Edisi Kedua belas. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Marthalia, Debby. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart Talang kelapa 2)*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 2 No. 2, hal. 14 - 27, Januari-Juni 2019.
- Mawarni, Indah. 2021. *Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Transportasi Daring Di Kota Palembang (Studi PT. Gojek Dan PT. Grab)*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, ISSN Cetak : 2337-3997 ISSN, Online : 2613-9774, Vol. 9 No. 2, hal. 132 - 151, Mei 2021
- Pebrianti, Tutik. 2015. *Persepsi Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Pelayanan Petugas Di Bagian Pendaftaran Pada Puskesmas Sematang Borang Palembang*. Jurnal Ekonomi Global Masa Kini, ISSN PRINT: 2089-6018, ISSN ONLINE: 2502-2024, VOL. 8 No. 2, Desember 2017
- _____. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar (Studi Kasus Pada PT PLN (Persero) UIWS2JB Up3 Ogan Ilir ULP Indralaya)*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 3 No. 2, hal. 61 - 73, Januari-Juni 2020. <http://jurnal.unisti.ac.id/ekobis/article/view/31/31>
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- _____. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Simamora, Hendry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sutrisno, Edy. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Fajar Inter Patama Offset: Jakarta.
- Thoyib, M. 2019. *Determinasi Kualitas Layanan, Prosedur Layanan, Lingkungan Kerja dan Implementasi Kebijakan Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Samsat Kota Palembang Sumatera Selatan*. MBIA, p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262, Vol. 18, No. 1, April 2019
- Tulip, H Aras, dan Zein Ghozali, 2019, *Pedoman Penulisan Proposal Dan Skripsi*, Cetakan Pertama, ISBN: 9786025326158. Palembang: Aksara Pena.
- Tulip, Aras. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Kredit Pada PT. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II*. Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol. 5 No. 1, hal. 1 - 16, Juli-Desember 2021.