

QUALITY IN CUSTOMER SATISFACTION OF PHARMACIES IN NORTH BEKASI

Ali Agust

aliagust310868@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to see if there are service quality affects customer satisfaction in using the services of Pharmacy. Subjects in this study is that consumers Pharmacy aged 18-60 years; purchase drugs at private expense; able to read, write, and communicate well; and willing to fill out a questionnaire. This study uses quantitative research methods, to determine the effect of service quality on consumer satisfaction using the services of the pharmacy. The samples used in this study was 116 subjects. Measurements in this study was performed using a questionnaire based on the variables used. Data were analysed using classical assumption test and multiple regression analysis. Based on the analysis and discussion of the quality of service showed that the appearance of Pharmacy, Hospitality Officer, Drug Information Service at the pharmacy, Availability of Medicines in Pharmacies, Pharmacy Services and Speed affects customer satisfaction in using Pharmacy.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality.

Article History: 4 July 2023

Article submission: 4 July 2023

Article revision: 19 Juli 2023

Article acceptance: 1 August 2023

I. INTRODUCTION

Apotek merupakan sarana kesehatan yang dibutuhkan oleh konsumen untuk mendapatkan obat. Menurut Peraturan Pemerintah (PP) 51 Tahun 2009, apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian dimana tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker (Depkes, 2009). Perkembangan yang pesat telah terjadi di apotek dengan bergesernya orientasi seorang apoteker dari product atau drug oriented menjaadi patient oriented yang bertujuan untuk membantu konsumen memperoleh dan menggunakan obat yang tepat dan benar. Konsumen akan merasa puas jika kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Era globalisasi seperti sekarang ini berdampak pada produk atau jasa dalam satu pasar menjadi semakin bersaing akibat keterbukaan pasar, sehingga berakibat pada persaingan antar produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta kepuasan konsumen. Hal ini memicu setiap penyedia untuk terus bersaing mempertahankan kualitas produk ataupun jasa yang disediakan agar dapat mempertahankan pelanggan untuk tetap menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Setiap konsumen selalu memiliki nilai kepuasan tersendiri terhadap penggunaan jasa ataupun produk suatu instansi atau perusahaan, mereka akan membandingkan antar instansi atau perusahaan yang telah mereka gunakan. Apabila konsumen merasa sangat puas, mereka akan membeli ulang bahkan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan.

Kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antar hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (Howard dan Sheth, 1969). Kepuasan konsumen apotek merupakan cerminan dari kualitas pelayanan yang diberikan apotek, yang mana pelayanan tersebut dapat berupa interaksi dengan pelayanan medis, konsumen, atau sistem pelayanan kesehatan secara keseluruhan baik itu dari administrasi, keuangan, serta petugas apotek. Kepuasan konsumen menggunakan jasa apotek memiliki arti bahwa konsumen mengerti cara pemakaian obat atau membeli produk tertentu di apotek (Angelova dan Zekiri, 2011). Artinya, kepuasan menggunakan jasa apotek merupakan sikap dari konsumen dalam menentukan arah dan tujuan akhir dalam proses memahami pemakaian obat secara tepat dan benar atau pembelian suatu produk obat, sehingga kepuasan konsumen menggunakan jasa apotek dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk melihat seberapa besar kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan merupakan peran penting dalam mencapai kepuasan konsumen, dimana apoteker mempunyai peran penting dan tanggung jawab dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang

berkualitas menjadi tuntutan profesionalisme serta berfungsi untuk menarik minat konsumen terhadap pembelian obat di sebuah apotek. Meskipun demikian, untuk dapat tetap bertahan, setiap apotek berusaha untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan. Kotler (2003) mengatakan bahwa pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang dapat diklasifikasikan menjadi High contact service dan Low contact service. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kondov, dkk (2015) adalah bahwa pelayanan yang berkualitas meliputi: kebersihan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan.

Idealnya, sebuah apotek dapat memberikan kepuasan yang sangat baik terhadap konsumen melalui pelayanan yang diberikan. Hal ini agar para konsumen tertarik untuk tetap menggunakan apotek tersebut sebagai pemenuh kebutuhannya. Banyak dapat kita jumpai apotek di lingkungan tempat tinggal, khususnya daerah yang berkembang hingga daerah maju. Sebagai contoh, Kabupaten Temanggung merupakan salah satu daerah berkembang. Telah terdapat banyak apotek di daerah ini sehingga sangat mudah bagi para konsumen untuk mendapatkan kebutuhan obat yang mereka inginkan, namun tidaklah semua apotek menjadi favorit untuk pilihan setiap masyarakat dalam membeli obat karena kepuasan konsumen akan berbeda pada setiap apotek yang dijumpainya. Apotek dibekasi Utara merupakan salah satu apotek yang tidak melayani jaminan kesehatan namun melayani pembelian obat resep dan non-resep, serta sangat mengutamakan kualitas pelayanan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap pemilik Apotek dibekasi Utara pada 17 Juli 2015, beliau mengatakan bahwa sebuah apotek memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal kefarmasian untuk menunjang kesehatan para konsumen, sehingga Apotek Fitri sangat mengutamakan kualitas pelayanan agar para konsumen merasa puas dan tetap menggunakan Apotek dibekasi Utara sebagai sarana tempat pembelian obat.

II. LITERATURE REVIEW

Manajemen Operasi

Manajemen operasional dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang, jasa dan kombinasinya, melalui proses transformasi dari sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan (Herjanto, 2009). Rander dan Heizer (2009) menyatakan bahwa manajemen operasi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Pendapat serupa disampaikan oleh Stevenson (2009) bahwa manajemen operasional adalah sistem manajemen atau serangkaian proses dalam pembuatan produk atau penyediaan jasa.

Manajemen Kualitas

Manajemen kualitas dapat dikatakan sebagai semua aktivitas yang menentukan kebijaksanaan kualitas, tujuan, dan tanggung jawab serta mengimplementasikan melalui alat-alat manajemen kualitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan (Gaspersz, 2005). Total Quality Manajemen diartikan sebagai perpaduan semua fungsi dari perusahaan ke dalam falsafah holistic yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan pengertian serta kepuasan pelanggan (Ishikawa, 2005). Definisi lainnya menyatakan bahwa TQM merupakan sistem manajemen yang menyangkut kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi (Santosa, 2007).

Kualitas Pelayanan

Kotler (2003) mengatakan bahwa pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang dapat diklasifikasikan menjadi High contact service dan Low contact service. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kondov, dkk (2015) adalah bahwa pelayanan yang berkualitas meliputi: kebersihan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Pujawan (2010:97) mendefinisikan kualitas pelayanan (service quality) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Sedangkan Mauludin (2010:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2003) adalah suatu respon berupa perasaan bahagia atau kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan kesan konsumen terhadap kinerja ataupun hasil suatu produk terhadap harapan-harapannya. Howard dan Sheth (dalam Tjiptono, 2007) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadanan antar hasil yang didapatkan dibandingkan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005: 78) "Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya". Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.

III. METHODS

Penelitian ini adalah jenis penelitian analitik dengan pendekatan Cross sectional (Woorfward, dalam buku Sastroasmoro dan Ismael, 2011). Peneliti dalam penelitian ini tidak melakukan intervensi atau perlakuan terhadap subjek penelitian, tetapi hanya memberikan kuesioner (self-administered). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Apotek dibekasi Utara.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang disertai dengan pengukuran uji statistik t, uji statistik F, dan uji koefisien determinasi. Analisis data juga didukung dengan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas.

IV. RESULTS

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh aitem dalam instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah valid sebab memiliki r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Normal Probably Plot terlihat bahwa data mengikuti garis diagonal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Azwar (2010) mengatakan bahwa sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian ini hanya dikenakan pada aitem-aitem yang telah memenuhi syarat validitas atau pada aitem-aitem yang lolos. Uji reliabilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha				
Variabel	Cronbanch's Alpha	Based on Standardized Items	N	of Items
Penampilan apotek	0,84	0,84	17	
Keramahan petugas	0,95	0,95	6	
Pelayanan informasi obat	0,89	0,90	7	
Ketersediaan obat	0,61	0,51	5	
Kecepatan pelayanan	0,83	0,80	5	
Kepuasan konsumen	0,90	0,90	5	

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh instrumen pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel (nilai cronbach's Alpha > 0,6) sehingga memenuhi syarat untuk digunakan sebagai alat ukur pengambilan data penelitian.

Hasil analisis mengenai pengaruh dari variabel Penampilan Apotek (X1), Keramahan Petugas (X2), Pelayanan Informasi Obat di Apotek (X3), Ketersediaan Obat di Apotek (X4), dan Kecepatan Pelayanan Apotek (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) menggunakan SPSS 17 diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji T (Parsial)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik itu secara individual maupun parsial. Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh, nilai koefisien (X1) = 0,896, (X2) = 0,235 dan (X3) = 0,728 yang berarti lebih kecil dari T tabel (1,98) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara Penampilan Apotek (X1), Keramahan Petugas (X2), dan Pelayanan Informasi Obat Di Apotek (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Apotek dibekasi Utara (Y), sedangkan (X4) = 2,797 dan (X5) = 5,287 yang berarti lebih besar dari T table (1,98), maka dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Obat Di Apotek (X4), Dan Kecepatan Pelayanan Apotek (X5) ada pengaruh yang signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Apotek dibekasi Utara (Y). Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji T

Model	M	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.942	3.970			-2.000	.048
	X1	.42	.047	.069		.96	.372
	X2	.35	.150	.022		.35	.814
	X3	.62	.086	.062		.28	.468
	X4	.56	.163	.237		.797	.006
	X5	.10	.615	.473		5.287	.000
a. Dependent Variable: Y							

Uji F

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji F					
1	Mode of Squares	Sum of Squares	Mean Square	F	Significance
Regression	8	959.078	119.885	2.816	.000a
Residual	45	1037.810	23.062		
Total	53	1996.888			
	22	15			

Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat signifikannya adalah 0,000. Artinya adalah tingkat signifikansinya $< 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan atau secara bersamaan variable dependen yaitu Penampilan Apotek (X1), Keramahan Petugas (X2), Pelayanan Informasi Obat Di Apotek (X3), Ketersediaan Obat Di Apotek (X4), dan Kecepatan Pelayanan Apotek (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Apotek (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil memberikan pengertian bahwa kemampuan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel Uji Regresi Berganda

Model Summary				
Model	M Square	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693a	.480	.457	3.072
a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5				

Dari hasil regresi berganda diperoleh nilai R^2 sebesar 0,48 yang berarti bahwa variabel Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Apotek (Y) sebagai variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu Penampilan Apotek (X1), Keramahan Petugas (X2), Pelayanan Informasi Obat di Apotek (X3), Ketersediaan Obat di Apotek (X4), dan Kecepatan Pelayanan Apotek (X5) sebesar 48% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

V. CONCLUSION AND SUGGESTION

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Apotek dibekasi Utara. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Apotek Fitri Temagging berusia 18-60 tahun; membeli obat dengan biaya pribadi; mampu membaca, menulis, dan berkomunikasi dengan baik; serta bersedia mengisi kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 116 subjek. Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan hasil bahwa kedua variabel menunjukkan data yang berdistribusi normal, valid, dan reliabel.

Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang berdasar pada lima sub variabel, yaitu: Penampilan Apotek (X1), Keramahan Petugas (X2), Pelayanan Informasi Obat di Apotek (X3), Ketersediaan Obat di Apotek (X4), dan Kecepatan Pelayanan Apotek (X5) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Apotek dibekasi Utara. Kelima sub variabel tersebut secara bersamaan memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 48%.

Hasil tersebut memperkuat hasil temuan yang sebelumnya telah dilakukan oleh Trimurthy (2009) bahwa kelengkapan obat berpengaruh positif terhadap

kunjungan konsumen dan Kurniawan (2012) bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

VI. BIBLIOGRAPHY

Angelova, B and Zekiri, J. 2011. Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (Acsi Model). *International Journal of Academic Research In Business And Social Sciences*, Vol. 1, No. 3.

Addo, A. A., Wang, W., Dankyi, A. B., Abban, O. J., & Bentum-Micah, G. (2020). Sustainability of health institutions: The impact of service quality and patient satisfaction on loyalty. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4).

Harisman, D., Latief, A., Darti, D., Rimalia, W., Yusriadi, Y., Achmad, N., & Marbun, P. (2021). The effect of drug prices, facilities on customer satisfaction through service quality. *In Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 3664-3671).

Harun Samsudin, Ade Risna Sari, Muh Akob, & Angga Kurniawan. (2023). ANALYSIS OF ACADEMIC PERFORMANCE TIME MANAGEMENT AND ACHIEVEMENT. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 87-93.

Kurniawan, A. *TECHNOPRENEUR. GUEPEDIA*.

Nugroho, F., FoEh, J. E. J., & Suroso, S. (2023). Analysis of Factors Affecting Outpatient Loyalty at Ananda Bekasi Hospital with Satisfaction as an Intervening Variable. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 4(1), 67-92.

Rahmanto, D., Sumarwan, U., & Zulbainarni, N. Influence of Relationship Marketing on Customer Loyalty (Case Study of Midwives Patient Referral in Bekasi Regency).

Rezeki, D. S., Girsang, E., Silaen, M., & Nasution, S. R. (2022). Evaluation of Drug Storage Using FIFO/FEFO Methods In Royal Prima Medan Hospital Pharmacy Installation. *International Journal of Health and Pharmaceutical (IJHP)*, 2(1), 9-17.

Soelistya, D., Heryati, E., Harahap, M. A. K., & Kurniawan, A. (2023). Job satisfaction and competence's impact on employees' performance at the office Subdistrict Cileunyi Regency Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 758-768.

Wahyuni, R. (2021). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON RE-BUYING IN LAZADA'S ONLINE SHOPPING WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLES SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, AND REPURCHASE INTEREST. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 2(1), 65-95.