

PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP JUMLAH KUNJUNGAN DI APOTEK KIMIA FARMA ECHO BEACH

Listiani, Putu Ayu Ratih¹, Oviani, Gusti Ayu¹, Martena, I Putu Bayu¹

¹Prodi D3 Farmasi, Akademi Kesehatan Bintang Persada
Jl Gatot Subroto Barat Nomor 466A, Denpasar, Indonesia

e-mail: ratihdirja@gmail.com

Received : Februari, 2022

Accepted : Maret, 2022

Published : April, 2022

Abstract

Today's pharmaceutical services have developed, from initially only focusing on drug management, to now being oriented to direct patient care. Service excellence is a form of necessity or demand in the service industry or trade when dealing with consumers or customers. In the business world, competition between sellers is fierce. This study aims to determine. This study uses a quantitative analytical research design with a cross sectional approach to obtain information about the level of customer satisfaction and the number of visits to service excellence at Kimia Farma Echo Beach Pharmacy. The results of the level of customer satisfaction with service excellence at Kimia Farma Echo Beach Pharmacy are 86.62% of respondents said they were very satisfied and 13.38% of respondents said they were satisfied. The number of customer visits to Kimia Farma Echo Beach Pharmacy increased with an average increase compared to the previous month of 9.78% and 12.12% compared to the previous year. The conclusion from the research data obtained is that service excellence has been carried out well and there has been an increase in the number of visits.

Keywords: Service Excellence, Pharmacy, Patient Visits

Abstrak

Pelayanan kefarmasian sekarang ini telah berkembang, dari yang semula hanya berfokus kepada pengelolaan obat, sekarang berorientasi kepada pelayanan pasien secara langsung. Service excellence merupakan sebuah bentuk keharusan atau tuntutan dalam industri jasa maupun dagang ketika menghadapi konsumen atau pelanggan. Di dunia bisnis, persaingan antar penjual sangat ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui. Penelitian ini menggunakan desain penelitian analitik kuantitatif dengan pendekatan cross sectional untuk memperoleh informasi tentang bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dan jumlah kunjungan terhadap service excellence di Apotek Kimia Farma Echo Beach. Hasil tingkat kepuasan pelanggan terhadap service excellence di Apotek Kimia Farma Echo Beach yaitu 86,62% responden menyatakan sangat puas dan 13,38% responden menyatakan puas. Jumlah kunjungan pelanggan ke Apotek Kimia Farma Echo Beach terjadi kenaikan dengan rata-rata kenaikan dibandingkan bulan sebelumnya 9,78% dan 12,12% dibandingkan tahun sebelumnya. Kesimpulan dari data penelitian yang diperoleh bahwa service excellence telah dilakukan dengan baik dan terjadi peningkatan jumlah kunjungan.

Kata Kunci: Service Excellence, Apotek, Kunjungan Pasien

1. PENDAHULUAN

Pelayanan kefarmasian sekarang ini telah berkembang, dari yang semula hanya berfokus kepada pengelolaan obat (*drug management*), sekarang berorientasi kepada pelayanan pasien secara langsung (*patient oriented*). Oleh karena itu, apotek dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan. Apalagi pada era informasi sekarang ini, dimana pasien cenderung ingin mendapatkan pelayanan yang mudah dan praktis, serta informasi yang akurat dan kredibel. Apabila pelayanan kefarmasian ini bisa dikembangkan, maka apotek tidak hanya menjadi tempat “jualan obat” saja, tetapi juga bisa memberi pelayanan kefarmasian yang komprehensif bagi masyarakat yang bermanfaat dalam meningkatkan mutu kehidupan pasien. Pelayanan yang baik sangat membantu dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan. Hal ini menjadi sangat penting saat ini mengingat semakin banyaknya apotek yang berdiri, sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Pelanggan yang tidak puas akan beralih ke apotek lain secara cepat. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sangat penting dan diperlukan oleh apotek (Nurhayati, 2018). Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat ini dan untuk memenangkan hati pelanggan sehingga bisa menaikkan jumlah kunjungan penting sekali apotek untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya secara terus menerus. *Service excellence* merupakan pelayanan prima kepada pelanggan sehingga setiap pelanggan akan mendapatkan pelayanan terbaik sesuai dengan apa yang dibutuhkan. *Service excellence* merupakan sebuah bentuk keharusan atau tuntutan dalam industri jasa maupun dagang ketika menghadapi konsumen atau pelanggan. Di dunia bisnis, persaingan antar penjual sangat ketat. Hal inilah yang kemudian mengakibatkan para penjual harus memberikan servis yang memuaskan kepada para pelanggannya, Karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lainnya (Saputra, 2018).

Eksistensi Pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan bertahannya sebuah lembaga, perusahaan dan instansi. Semakin dilakukan pelayanan prima yang sesuai standar prosedur maka bisa dikatakan semakin baik pula keadaan *service* perusahaan, khususnya dalam hal ini adalah bidang retail farmasi. Sehingga dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya diharapkan jumlah kunjungan apotek bisa terjaga bahkan naik dari waktu ke waktu.

Pelanggan yang loyal sangat penting bagi perusahaan karena mereka cenderung mempunyai lebih sedikit dorongan untuk mencari alternatif lain untuk produk yang sama melalui perusahaan pesaing. *Customer Loyalty* sebagai komitmen pelanggan pada suatu merek, toko, atau pemasok yang diperoleh berdasarkan sikap yang sangat positif melalui pembelian berulang secara konsisten dan dilakukan dalam jangka panjang (Hapsari & Yoestini, 2020).

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh Apoteker. Pelayanan Kefarmasian adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien (Permenkes RI, 2016).

Apotek Kimia Farma merupakan apotek BUMN (Badan Usaha Milik Negara) farmasi terbesar di Indonesia yang sudah berdiri sejak pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1817. Apotek Kimia Farma khususnya di Bali tepatnya pada Unit Bisnis Nusadua yang terletak di Kabupaten Badung telah berdiri 41 (empat puluh satu) cabang. Salah satu cabang Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Nusa Dua adalah Apotek Kimia Farma Echo Beach yang berdiri bulan Desember tahun 2017. Apotek Kimia Farma Echo Beach terletak di Jalan Batu mejan, Banjar Dinas Canggu, Desa Canggu-Kuta Utara, Badung. Desa canggu, merupakan salah satu destinasi pariwisata yang diminati oleh para

wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Di tengah situasi pembatasan kegiatan masyarakat karena pandemi dan persaingan yang ketat dari kompetitor sejenis, Kimia Farma Echo Beach berupaya untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan jumlah kunjungan salah satunya dengan memberikan *service excellence* kepada pelanggannya.

2. METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah korelasi, dengan pendekatan *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel sebanyak 142 orang.

Populasi dari penelitian ini adalah pengan di Apotek Kimia farma Echo Beach. Kriteria inklusi adalah pelanggan yang berbelanja di Apotek Kimia Farma Beach yang bisa membaca dan menulis, pelanggan yang bersedia menjadi responden. Kriteria eksklusi adalah pelanggan dengan kondisi tuna rungu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Dari hasil penelitian yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Usia

Usia	Frekuensi	Presentasi (%)
20	32	22,54%
20-50	77	54,23%
>50	33	23,24%
Total	142	100%

Tabel 1 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi karakteristik usia pada penelitian ini yang paling banyak berusia 20-50 tahun (54,23%) dan yang paling sedikit berusia 20 tahun (22,54%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi (%)
Laki-laki	78	54,93%
Perempuan	64	45,07%
Total	142	100%

Table 2 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi karakteristik jenis kelamin pada penelitian ini yang paling banyak berjenis kelamin laki-laki (54,93%) dan yang paling sedikit berjenis kelamin perempuan (45,07%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Presentasi (%)
SLTA	53	37,32%
Diploma	42	29,58%
Sarjana	39	27,46%
Pasca Sarjana	2	1,41%
Lainnya	6	4,23%
Total	142	100%

Table 3 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi pendidikan pada penelitian ini yang paling banyak berpendidikan SLTA (37,32%) dan yang paling sedikit berpendidikan pasca sarjana (1,41%).

Tabel 4. Distribusi Frekuensi pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi (%)
Pelajar	23	16,20%
Pegawai	82	57,75%
Wiraswasta	22	15,49%
Lainnya	15	10,56%
Total	142	100%

Table 4 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi pekerjaan pada penelitian ini yang paling banyak pekerjaan sebagai pegawai (57,75%) dan yang paling sedikit pekerjaan lainya (10,56%).

Tabel 5. Distribusi Frekuensi tingkat penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Presentasi (%)
<2.000.000	22	15,49%
2.000.000-3.000.000	53	37,32%
3.000.000-5.000.000	49	34,51%
>5.000.000	18	12,68%
Total	142	100%

Table 5 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi penghasilan pada penelitian ini yang paling banyak berpenghasilan 2.000.000-3.000.000 (37,32%) dan yang paling sedikit berpenghasilan >5.000.000 (12,68%).

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kunjungan

Kunjungan	Frekuensi	Presentasi (%)
Pertama kali	52	36,62%
2-5 kali	43	30,28%
6-10 kali	34	23,94%
>10 kali	13	9,15
Total	142	100%

Table 6 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi kunjungan pada penelitian ini yang paling banyak kunjungan pertama kali (36,62%) dan yang paling sedikit kunjungan >10 kali (9,15%).

Table 7. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap *Service Excellence*

Tingkat kepuasan	Frekuensi	Presentasi (%)
Sangat Tidak Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Cukup Puas	0	0
Puas	19	13,38
Sangat Puas	123	86,62
Total	142	100%

Table 7 menunjukkan bahwa distribusi frekuensi Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap *Service Excellence* yang paling banyak sangat puas (86,62%) dan yang paling sedikit puas (13,38%).

Table 8. Jumlah Kunjungan Di Apotek Kimia Farma Echo Beach

Bulan	Tahun		Perbandingan	
	2020	2021	Bulan sebelumnya	Tahun sebelumnya
Juli	490	540	-	110,2 %
Agustus	539	588	108,88%	109,09%
September	556	651	110,71%	117,08%
Rata-rata			109,79%	112,12%

Table 8 menunjukkan bahwa distribusi Jumlah Kunjungan Di Apotek Kimia Farma Echo Beach paling banyak pada bulan september 2021 sebanyak 651 dan paling sedikit pada bulan juli 2020 sebanyak 490.

3.2 Pembahasan

a. Karakteristik Usia

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik subjek penelitian berdasarkan usia, pada usia <20 tahun 4 responden merasa puas, 28 responden merasa sangat puas. Pada usia 20-50 tahun 10 responden merasa puas dan 67 responden merasa sangat puas. Pada usia >50 tahun sebanyak 5 responden merasa puas dan 28 responden merasa sangat puas. Tingkat kepuasan paling tinggi terdapat pada usia <20 tahun sebesar 87,50% responden pada usia tersebut menyatakan sangat puas,

sedangkan tingkat kepuasan paling rendah terdapat pada usia >50 tahun hanya 84,85% responden dari kelompok usia tersebut yang menyatakan sangat puas.

Seseorang yang berusia sekitar 31-40 tahun atau bahkan lebih dari 40 tahun biasanya lebih peka terhadap keadaan sekitar dan memiliki banyak harapan yang diinginkan dari sebuah pelayanan yang ditawarkan oleh suatu unit jasa. Kepekaan terhadap layanan jasa yang diselesaikan seperti yang telah dijanjikan, manfaat jangka panjang dari hasil jasa yang telah diselesaikan dan juga peralatan yang digunakan untuk menyelesaikan jasa. (Saputra, 2018).

b. Karakteristik Jenis Kelamin

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, diperoleh hasil laki-laki sebanyak 9 responden merasa puas, dan 69 responden merasa sangat puas. Perempuan sebanyak 10 responden merasa puas, dan 54 responden merasa sangat puas. Tingkat kepuasan berdasarkan jenis kelamin didapatkan hasil laki-laki lebih banyak menyatakan sangat puas yaitu sebanyak 88,46% dari seluruh responden yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan sangat puas, sedangkan dari seluruh responden yang berjenis kelamin perempuan hanya 84,37% yang menyatakan sangat puas.

Pada pengujian kepuasan pelanggan di apotek tidak terdapat perbedaan bermakna antara jenis kelamin dengan tingkat kepuasan pasien. Dalam ilmu psikologi kejiwaan, perempuan sebenarnya lebih detail dalam memandang suatu persoalan dan lebih peduli dengan kesehatan dibandingkan dengan laki-laki, permasalahan yang berhubungan dengan kesehatan anggota keluarga lebih banyak diambil alih oleh perempuan (Juwita et al., 2019).

c. Karakteristik Pendidikan

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik subjek penelitian berdasarkan pendidikan mendapatkan hasil SLTA sebanyak 5 responden merasa puas dan 48 responden merasa sangat puas. Diploma sebanyak 4 responden merasa puas dan sebanyak 38 responden merasa sangat puas. Sarjana sebanyak 8 responden merasa

puas dan 31 responden merasa sangat puas. Pasca Sarjana sebanyak 2 responden merasa puas. Pendidikan Lainnya sebanyak 6 responden merasa sangat puas. Tingkat kepuasan paling tinggi berdasarkan karakteristik pendidikan terdapat pada SLTA yaitu sebesar 90,57% menyatakan sangat puas dari seluruh responden yang tingkat pendidikannya SLTA, sedangkan tingkat kepuasan paling rendah terdapat pada kelompok responden pasca sarjana yaitu 100% menyatakan puas dan tidak ada satupun dari kelompok responden pasca sarjana yang menyatakan sangat puas.

Semakin tinggi tingkat pendidikan pelanggan maka tingkat kepuasannya semakin rendah. Hal ini cukup beralasan karena umumnya seseorang yang memiliki tingkat pendidikan rendah tidak mempunyai harapan yang terlalu tinggi kepada orang lain atas dirinya. Mereka sudah cukup puas bila kebutuhan dasarnya terpenuhi. Sebaliknya, seseorang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi mempunyai harapan yang tinggi terhadap orang lain atas dirinya (Hermanti, 2017).

d. Karakteristik Pekerjaan

Hasil penelitian karakteristik subjek penelitian berdasarkan pekerjaan diperoleh hasil Pelajar sebanyak 3 responden merasa puas dan sebanyak 20 responden merasa sangat puas. Pegawai sebanyak 11 responden merasa puas dan sebanyak 71 responden merasa sangat puas. Wiraswasta sebanyak 3 responden merasa puas dan sebanyak 19 responden merasa sangat puas. Pekerjaan lainnya sebanyak 2 responden merasa puas dan sebanyak 13 responden merasa sangat puas.

Berdasarkan karakteristik pekerjaan subjek penelitian tidak ada perbedaan kepuasan terhadap kualitas pelayanan. Tidak adanya perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan karakteristik pekerjaan responden karena kepuasan lebih banyak dipengaruhi oleh karakteristik lainnya seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan dan frekuensi kunjungan responden. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmi et al. (2017), bahwa "tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa Bengkel Dani Motor di Fajar Mataram RT 12/04 Kec. Seputih Mataram, Lampung

Tengah" berdasarkan jenis pekerjaan responden.

e. Karakteristik Tingkat penghasilan

Hasil penelitian karakteristik subjek penelitian berdasarkan tingkat penghasilan diperoleh hasil penghasilan <2.000.000 sebanyak 2 responden merasa puas dan sebanyak 20 responden merasa sangat puas. Penghasilan 2.000.000-3.000.000 sebanyak 6 responden merasa puas dan sebanyak 47 responden merasa sangat puas. Penghasilan 3.000.000-5.000.000 sebanyak 8 responden merasa puas dan sebanyak 41 responden merasa sangat puas. Penghasilan >5.000.000 sebanyak 3 responden merasa puas dan sebanyak 15 responden merasa sangat puas. Berdasarkan penghasilan responden didapatkan hasil tingkat kepuasan paling tinggi terdapat pada tingkat penghasilan di bawah <2.000.000 di mana 90,91% menyatakan sangat puas dari seluruh kelompok penghasilan tersebut, sedangkan yang paling rendah terdapat pada kelompok penghasilan >5.000.000 yang hanya 83,33% yang menyatakan sangat puas dari seluruh responden kelompok penghasilan tersebut.

Seseorang yang berpenghasilan di atas rata-rata mempunyai minat yang lebih tinggi dalam memilih pelayanan kesehatan, pasien yang memiliki penghasilan yang tinggi kepuasannya juga tidak berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan, dibandingkan pasien yang berpenghasilan rendah yang terpengaruh oleh biaya yang dikeluarkan (Juwita et al., 2019).

f. Karakteristik Kunjungan

Hasil penelitian karakteristik subjek penelitian berdasarkan frekuensi kunjungan diperoleh hasil frekuensi kunjungan pertama kali sebanyak 6 responden merasa puas dan sebanyak 46 responden merasa sangat puas. Frekuensi kunjungan 2-5 kali sebanyak 5 responden merasa puas dan 38 responden merasa sangat puas. Frekuensi kunjungan 6-10 kali sebanyak 5 responden merasa puas dan 29 responden merasa sangat puas. Frekuensi lebih > 10 kali sebanyak 3 responden merasa puas dan 10 responden merasa sangat puas. Berdasarkan karakteristik *frekuensi* kunjungan didapatkan hasil tingkat kepuasan paling tinggi terdapat pada kelompok responden pertama kali berbelanja yaitu sebesar 88,46%

menyatakan sangat puas, sedangkan yang paling rendah terdapat pada kelompok *frekuensi* >10 kali berbelanja yang hanya 76,92% saja yang menyatakan sangat puas dari seluruh responden kelompok tersebut. Konsumen yang memiliki pengalaman rendah tidak memiliki perbandingan sebanyak konsumen yang berpengalaman tinggi. Oleh karena itu, mereka merasa pembelian awal melampaui harapan mereka. Konsumen yang lebih baru dalam berbelanja berpikir lebih dapat dipercaya dan memuaskan karena mereka tidak mengalami hal-hal yang buruk disebabkan oleh frekuensi berbelanja. Persepsi pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian mereka (Nasution, 2018).

g. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap *Service Excellence*

Dari seluruh responden didapatkan hasil 19 orang atau 13,38% responden menyatakan puas dengan nilai rata-rata 4,039 dan 123 orang atau 86,62 % menyatakan sangat puas dengan nilai rata-rata 4.441.

h. Jumlah Kunjungan Di Apotek Kimia Farma Echo Beach

Hasil dari data jumlah kunjungan pelanggan yang berbelanja ke Apotek Kimia Farma Echo Beach bulan juli 2021 adalah 540 orang jika dibandingkan dengan bulan juli tahun 2020 sebesar 490 orang terjadi peningkatan sebesar 10,2 %. Bulan Agustus 2021 jumlah kunjungan sebesar 588 orang dibandingkan dengan bulan juli 2021 terjadi peningkatan sebesar 8,88 %, jika dibandingkan dengan bulan agustus 2020 sebesar 539 orang terjadi peningkatan sebesar 9,09 %. Bulan September 2021 jumlah kunjungan sebesar 651 orang dibandingkan dengan bulan agustus 2021 terjadi peningkatan sebesar 10,71 %, jika dibandingkan dengan bulan September 2020 sebesar 556 orang terjadi peningkatan sebesar 17,08 %. Rata-rata kenaikan jumlah kunjungan setiap bulannya sebesar 9,78% dan setiap tahunnya 12,12 %.

Pada penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Pasien Terhadap Standar Pelayanan di Apotek Kimia Farma 278 Versailles dengan Menggunakan Analisis Faktor dari 17 variabel yang telah

direduksi terdapat 5 faktor yang terbentuk dari proses reduksi Layanan *delivery* dan *Go-Mart* dapat membantu pasien, Pentingnya untuk menarik minat datang ke apotek, Ditawarkan diskon atau potongan harga, Obat yang di serahkan disertai informasi atau edukasi kesehatan yang berstandar, Menawarkan kemasan obat yang lebih ekonomis, Obat yang ditawarkan sebagai pengganti tidak berdampak negatif, Kemampuan pengetahuan petugas untuk menawarkan obat pengganti sesuai dengan Standar Pelayanan di apotek, Pengobatan lebih maksimal dengan adanya *cross check* dari petugas (F1). Harga yang sepadan sesuai dengan obat yang saya harapkan, Obat / Produk yang sangat berkualitas, Apotek mempunyai reputasi yang baik (F2). Bersih, rapih dan nyaman, Harga sesuai yang saya harapkan, Harga sepadan sesuai dengan obat yang saya harapkan (F3). Memiliki fasilitas bangunan yang layak dan memadai dan Interior dan eksterior bangunan terlihat bagus (F4), dan yang terakhir Kesesuaian produk yang saya inginkan (F5), adapun faktor yang mempengaruhi standar pelayanan di Apotek Kimia Farma Versailles BSD yaitu Lokasi, Promosi dan Edukasi, *Up-Selling*, *Crosseling*, Kepercayaan Pasien dan Kualitas Produk (Madi & Ningsi, 2018).

4. KESIMPULAN

Hasil tingkat kepuasan pelanggan terhadap *service excellence* di Apotek Kimia Farma Echo Beach yaitu 86,62% responden menyatakan sangat puas dengan rata-rata nilai 4,441 dan 13,38% responden menyatakan puas dengan rata-rata nilai 4,039. Jumlah kunjungan pelanggan ke Apotek Kimia Farma Echo Beach terjadi kenaikan dengan rata-rata kenaikan 9,78% dibandingkan bulan sebelumnya dan 12,12% di bandingkan tahun sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Hapsari, D. A., & Yoestini. (2020). Analisis pengaruh service quality , customer perceived value , dan corporate image terhadap customer satisfaction serta dampaknya terhadap (studi kasus pada pelanggan apotek kimia farma pandanaran kota semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 9, 1–9.

- Hermanti, P. (2017). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Timeliness Kualitas Jasa Evans Dan Lindsay Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 82.
- Juwita, D. A., Helmi, A., & Jaka, P. (2019). Kajian Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Rawat Jalan RSUP DR. M. Djamil Padang. *Jurnal Farmasi Higea*, 11(1), 32–40.
- Madi, I., & Ningsi, B. A. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Pasien Terhadap Standar Pelayanan di Apotek Kimia Farma 278 Versailles dengan Menggunakan Analisis Faktor. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, 2(2), 17–27.
- Nasution, O. B. (2018). Peran Frekuensi Belanja (Studi Pada Webmall). *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 6(2), 110.
- Nurhayati, R. (2018). *Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Apotek Zahra Ngawi Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL)*.
- Permenkes RI. (2016). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesi Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasain DI Apotek* (Vol. 41).
- Rukmi, H. S., Novirani, D., & Hada, A. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oleh-Oleh. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 115.
- Saputra, deny indrawan. (2018). pelayanan prima(service excellence)di PT NUR DHUHA WISATA (penyelenggara tour dan travel umroh dan haji mabrur mandiri) SURABAYA. *Uin Sunan Ampel Surabaya*, 129.