

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Obat di Depo Farmasi Anggrek RSUP Dr. Hasan Sadikin, Bandung

Pratiwi, Ahmad Muhtadi, Emma Surahman

Fakultas Farmasi Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

Abstrak

Kualitas pelayanan dengan dimensi bukti langsung, daya tanggap, kehandalan jaminan, dan empati dapat memengaruhi kepuasan pelanggan yang selanjutnya berujung pada niat membeli pelanggan. Berdasarkan laporan bulanan instalasi farmasi hanya sekitar 30% pasien yang membeli obat di depo farmasi Anggrek dari pasien yang berkunjung ke Poliklinik Spesialis Anggrek RSUP Dr. Hasan Sadikin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli pelanggan di depo farmasi Anggrek RSHS. Metode yang digunakan adalah metode survei analitik dengan rancangan penelitian potong lintang. Sampel yang digunakan sebanyak 200 pasien yang terdiri dari 104 pelanggan dengan lebih dari satu kali kunjungan dan 96 pelanggan yang satu kali kunjungan ke poliklinik tersebut. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan aplikasi Smart PLS V 2.0. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan dengan nilai t-hitung 12,755 (lebih besar dari t tabel 1,983). Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli dengan nilai t-hitung 5,012 (lebih besar dari t tabel 1,983). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat beli dengan nilai t-hitung 1,455 (lebih kecil dari t tabel 1,983). Kualitas pelayanan memengaruhi pelanggan sehingga pelanggan tidak berniat membeli obat di depo farmasi yaitu ketidakteresediaan konseling, waktu tunggu yang lama, kebutuhan akan ruang konseling khusus, ruang tunggu yang luas, dan kelengkapan obat.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, niat beli

Influence Service Quality and Customer Satisfaction towards Drug Purchase Intention in Anggrek Outpatient Pharmacy Depo at Hasan Sadikin Hospital

Abstract

The quality of service is an evaluation which focused on customer's awareness about a structural construction of a service or product that involves 5 main aspects which are tangibility, empathy, responsiveness, reliability and assurance. Based on monthly reports of pharmacy installation only about 30% of patients buy drugs in the Anggrek out patient depo out off patients visiting Anggrek out patient specialist clinic in Dr. Hasan Sadikin Hospital. The aim of this study is to determine the effect of service quality and customer satisfaction to purchase intention in the Anggrek out patient depo Hasan Sadikin hospital at Bandung. The method used in this study is analytical survey with cross sectional design. The samples used were 200 patients, consist of 104 customers who have visited more than one times and 96 first visit customer to this clinic. Data was collected using a questionnaire and analyzed using Smart PLS V 2.0 software. The results of this study showed that the service quality with tangible dimensions, reliability, responsiveness, assurance, and empathy are affecting the customer satisfaction with a score of 12.755 t-count (greater than t-table 1.983) and a positive value of the original sample of 0.800. Customer satisfaction affecting the customer purchase intentions with t-count is greater than t-table values of 5.012 and 0.726 of the original positive sample. While the service quality does not directly influence customer purchase intention with the t-test is smaller than t-table is 1.455 and the negative of the original sample -0.287. Some of service quality influence customers that causes not purchasing drugs from the out patient depo there are effect of unavailability of counseling, long waiting time of service, the need for special counseling room, a spacious waiting room, and the completeness of drug availability.

Key words: Customer satisfaction, purchase intention, quality of service

Korespondensi: Dra. Pratiwi, Apt, Fakultas Farmasi Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia, *email:* pratiwi_soenoro@yahoo.com

Naskah diterima: 11 Februari 2015, Diterima untuk diterbitkan: 12 April 2015, Diterbitkan: 1 Maret 2016

Pendahuluan

Depo farmasi anggrek merupakan salah satu depo farmasi rawat jalan di Instalasi Farmasi RSUP Dr. Hasan Sadikin. Depo ini terutama melayani resep dari pasien-pasien yang berobat di Poliklinik Spesialis Anggrek. Poliklinik Spesialis Anggrek adalah poliklinik khusus dimana pasien dilayani oleh dokter spesialis dan dokter subspecialis. Poliklinik ini dirancang sebagai tempat pelayanan yang terpadu. Berdasarkan laporan Depo Farmasi Anggrek pada tahun 2013 hanya sekitar 30% pasien yang membeli obat ke Depo Farmasi Anggrek dari kunjungan pasien ke poliklinik. Masalah tersebut menjadi latar belakang dilakukannya penelitian terhadap faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang mampu memengaruhi niat beli pasien menebus resep di Depo Farmasi Anggrek.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Zeithaml *et al.*, merupakan evaluasi terpusat yang mencerminkan kesadaran pelanggan dengan konstruksi bentuk produk ataupun jasa yang meliputi lima aspek, yaitu bukti langsung, empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan.¹ Kepuasan pelanggan adalah respons dari pelanggan terhadap evaluasi antara harapan sebelum menerima pelayanan serta persepsi kinerja aktual yang dirasakan setelah menerima pelayanan dan hal ini akan menciptakan pengakuan terhadap kualitas layanan atau produk itu sendiri.^{2,3} Apabila yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan harapan maka akan mengakibatkan pasien puas. Kepuasan pasien semakin diakui sebagai kunci ukuran kinerja suatu rumah sakit.⁴⁻⁶ Selain itu, kepuasan pasien dianggap sebagai prediktor kesediaan pasien untuk melakukan pengobatan.⁷ Pengukuran dari nilai kepuasan dan pengalaman pasien telah dikembangkan dan digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki kinerja rumah sakit, kualitas pelayanan, dan praktik dokter.⁸

Kotler berpendapat bahwa niat membeli

merupakan tahap yang ada sebelum seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Hal itu merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan saat pembelian. Niat beli memiliki makna bahwa pelanggan sudah memiliki perilaku yang menunjukkan maksud untuk membeli setelah mempertimbangkan dan mengevaluasi suatu produk atau jasa. Perilaku ini bisa diamati sebagai faktor utama untuk memperkirakan perilaku konsumen dari niat subjektifnya.³

Menurut penelitian Alexandre Mc dkk, kepuasan memiliki hubungan positif terhadap niat beli dan juga *customer loyalty*.¹ Setiap perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan supaya pelanggan menjadi puas. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan akan mempengaruhi keputusan membeli, sehingga harus diciptakan kualitas pelayanan yang memuaskan, agar bisa menarik pelanggan dan mempertahankan daya belinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ifmaily (2006) mengenai analisis pengaruh persepsi layanan farmasi terhadap minat beli ulang di IFRS Ibnu Sina-Yarsi Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh persepsi layanan farmasi berupa penampilan IFRS, kemudahan pelayanan, ketersediaan obat, kecepatan pelayanan petugas, kompetensi, pemberian informasi obat, dan keramahan petugas terhadap minat beli obat.⁹ Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi kepuasan pelanggan terhadap niat membeli obat di depo farmasi Anggrek.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah survei analitik dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang diambil dari sampel suatu populasi dengan pendekatan kuantitatif menggunakan rancangan penelitian potong lintang. Populasi dari studi ini adalah pasien di Poliklinik Spesialis Anggrek di RSHS. Teknik

pengambilan sampel dengan nonrandom atau *nonprobability sampling*, yaitu *convenience sampling* dengan kriteria inklusi pelanggan berusia di atas 18 tahun, pasien Poliklinik Spesialis Anggrek atau keluarganya. Kriteria eksklusi meliputi pasien jaminan kesehatan nasional (JKN) atau kontraktor yang telah bekerjasama dengan RSHS. Jumlah sampel yang dikumpulkan dengan menggunakan rumus menurut Lemeshow, et.al, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh sampel minimal sebanyak 101,20 dan pada penelitian ini digunakan sampel 200 orang.

Responden yang berkunjung lebih dari satu kali menggunakan kuesioner yang terdiri dari tiga bagian, yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi, yaitu bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, kepuasan pelanggan, dan niat membeli dengan 32 pernyataan. Adapun kuesioner yang digunakan terdiri dari 26 pernyataan yang mengukur kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan.¹⁰ Kepuasan diukur melalui penilaian terhadap pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dengan kuesioner yang terdiri dari 5 item pernyataan. Niat beli diwakili dengan kuesioner terdiri dari dua jenis pernyataan berupa niat beli kembali dan merekomendasikan kepada kerabat.¹¹ Setiap pernyataan dinilai berdasarkan skala Likert dengan skala 1–5 mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju sekali.

Responden yang baru berkunjung satu kali kemudian mengisi kuesioner yang berisi empat pernyataan mengenai pengetahuan dari responden terhadap keberadaan Depo Farmasi Anggrek dan minat membeli obat di depo tersebut. Pada responden ini tidak dilakukan pengolahan data secara statistik karena responden belum berinteraksi dengan pelayanan depo farmasi Anggrek sehingga belum memiliki kemampuan untuk menilai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap depo farmasi tersebut.

Uji validitas dari kuesioner dilakukan

dengan menggunakan uji korelasi pearson dan uji reliabilitas dengan teknik *alpha cronbach*.¹² Uji hipotesis dilakukan dengan teknik *partial least square* (PLS) yang memiliki keunggulan dapat digunakan untuk mengoreksi pengukuran yang salah. Teknik ini digunakan dalam penelitian ini karena dapat menjelaskan hubungan antara variabel laten, data tidak harus memiliki distribusi normal, dan sampel yang digunakan tidak harus besar.^{13,14}

Hasil

Gambaran karakteristik responden yang berkunjung di Poliklinik Spesialis Anggrek RSHS antara lain meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan serta penghasilan perbulan. Jumlah responden sebanyak 200 orang yang terdiri dari 104 responden adalah responden yang lebih dari satu kali kunjungan (mengisi kuesioner tipe II) dan 96 responden merupakan responden yang baru pertama kali berkunjung (mengisi kuesioner tipe I).

Responden yang berkunjung lebih dari satu kali mayoritas adalah wanita (73,077%), dengan usia paling banyak berkisar 36–50 tahun (38,462%), dan tingkat pendidikan SLTA (51,923%). Berdasarkan status atau jenis pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar adalah wiraswasta (21,154%) dengan kisaran penghasilan perbulan Rp 1–5 juta/bln (63,462%).

Responden yang berkunjung baru satu kali memiliki karakteristik wanita (61,458%), dengan usia paling banyak berkisar 21–35 tahun (45,833%), serta tingkat pendidikan perguruan tinggi atau akademik (53,125%). Berdasarkan status atau jenis pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar merupakan wiraswasta (25,00%) dengan penghasilan per bulan sebagian besar berkisar Rp 1–5 juta/bln (68,750%). Selanjutnya akan ditampilkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan yang dapat dilihat

Tabel 1 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Jumlah Skor	Skor	Keterangan
1	Bukti Langsung	2435	2,927	Sedang
2	Kehandalan	1276	3,067	Sedang
3	Daya tanggap	1511	2,909	Sedang
4	Empati	1603	3,083	Sedang
5	Jaminan	1306	3,139	Sedang
Jumlah Skor		8131	3,025	Sedang

Sumber : Pengolahan Data 2014

pada Tabel 1. Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat diketahui untuk gambaran dari kualitas pelayanan, dimensi jaminan dengan nilai 3,139 merupakan respons yang paling baik sedangkan dimensi daya tanggap dengan nilai 2,909 memperoleh respons yang paling rendah.

Variabel Kepuasan Pelanggan

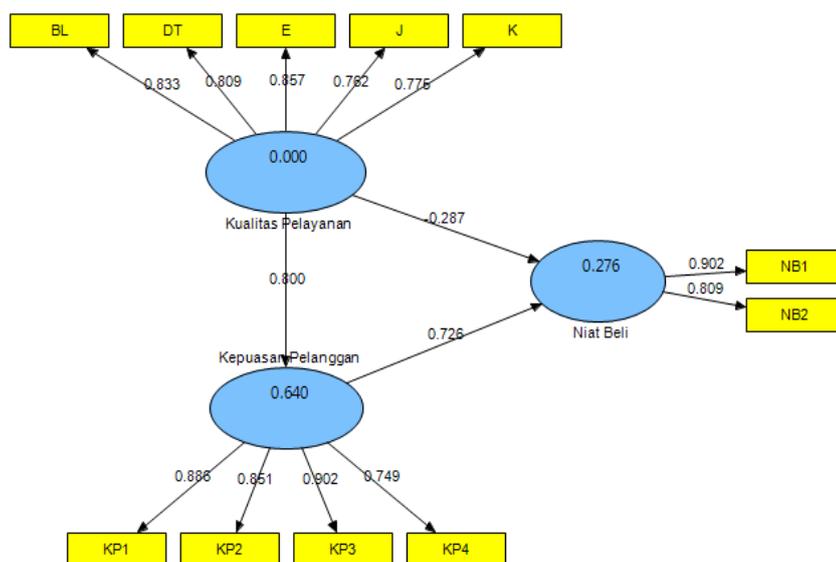
Kepuasan dari pelanggan yang paling tinggi terdapat pada indikator pelayanan atas pertanyaan yang diberikan diterima jelas dan sabar dengan skor 3,115 sedangkan kepuasan pelanggan atas kemampuan dalam memenuhi kebutuhan obat adalah paling rendah sebesar

2,654.

Variabel Niat Beli

Responden memiliki kecenderungan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk mendapatkan pelayanan di Depo Farmasi Anggrek dengan total skor sebesar 311. Model struktural dalam penelitian ini ditampilkan pada Gambar 1.

Gambar 1 menunjukkan terdapat tiga laten variabel, yaitu faktor kualitas pelayanan yang dibentuk oleh lima buah konstruk bukti langsung (BL), daya tanggap (DT), rasa empati (E), jaminan (J), dan kehandalan (K) yang memengaruhi kepuasan dari pelanggan



Gambar 1 Signifikansi Jalur Model Struktural

Tabel 2 Composite Reliability (CR)

Variabel	Composite Reliability
Kepuasan Pelanggan	0,911
Kualitas Pelayanan	0,904
Niat Beli	0,846

Sumber: Pengolahan Data 2014

Tabel 3 Tabel R-square

Variabel	Composite Reliability
Kepuasan Pelanggan	0,640
Kualitas Pelayanan	
Niat Beli	0,276

Sumber : Pengolahan Data 2014

(diwakili oleh empat buah indikator) dan niat beli (diwakili oleh dua buah indikator).

Evaluasi Measurement (Outer) Model

Hasil penelitian ini diperoleh nilai *loading factor* dari semua indikator di atas 0,5 yaitu sebesar 0,749–0,902 maka semua indikator dinyatakan valid. Tabel 2 di atas menunjukkan semua nilai *composite reliability* adalah di atas 0,7 yang artinya bahwa semua konstruk pada model diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Hasil uji reliabilitas juga dapat dilihat berdasarkan nilai *cronbach's alpha* dengan nilai dari kualitas pelayanan sebesar 0,867, variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,869, dan variabel niat beli sebesar 0,645. Nilai yang disarankan adalah di atas 0,6 maka semua variabel dinilai reliabel.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Tabel 3 menunjukkan nilai *r-square* pada konstruk model di atas. Konstruk kepuasan

pelanggan memberikan nilai 0,640 yang berarti bahwa kualitas dari pelayanan mampu menjelaskan varians dari kepuasan pelanggan sebesar 64,0%. Pada konstruk nilai beli diperoleh nilai 0,276 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjelaskan varians niat beli sebesar 27,6%.

Uji Hipotesis

Hipotesis pertama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis kedua yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli dapat diterima. Hipotesis ketiga yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat beli tidak dapat diterima (Tabel 4).

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh pada kepuasan pelayanan, sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Wan (2011) yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan

Tabel 4 Tabel Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ((O/STERR))
Kepuasan Pelanggan → Niat Beli	0,726	0,737	0,145	0,145	5,012
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0,800	0,797	0,063	0,063	12,755
Kualitas Pelayanan → Niat Beli	-0,287	-0,287	0,197	0,197	1,455*

Sumber: Pengolahan Data 2014; (t-tabel 1,983 dengan alfa 5%), (*)=hipotesis tidak diterima

memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semua aspek kualitas pelayanan seperti bukti langsung, kehandalan daya tanggap, rasa empati, dan jaminan besar ataupun kecil yang diperoleh pasien dapat menambah atau mengurangi kepuasan pada pengguna layanan.²

Rasa empati petugas depo farmasi, yaitu dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, memberikan perhatian yang tulus, mendengarkan keluhan pasien dan cekatan dalam menjawab pertanyaan pasien mengenai obat, dan pelayanan yang diterima oleh pasien. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli sesuai dengan penelitian Wan (2011) dan Zeithaml (1990).^{1,2} Kepuasan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan yang diterima di depo farmasi Anggrek membuat pelanggan memiliki niat untuk merekomendasikan kepada kerabat untuk melakukan pembelian di depo dan pelanggan melakukan pembelian ulang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat beli. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wan (2011) yang menyatakan bahwa kualitas dari pelayanan dapat memengaruhi niat beli seseorang tetapi tidak dapat secara langsung, namun variabel kualitas pelayanan melalui intervensi pada kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan dapat memberikan pengaruh yang bermakna terhadap niat pembelian.² Pada hasil penelitian diperoleh informasi sebanyak 79,808% pasien yang berkunjung lebih dari satu kali ke Poliklinik Spesialis Anggrek mempunyai tempat lain dalam menebus obat. Alasan pelanggan membeli obat di tempat lain yang paling besar adalah obat yang lebih lengkap dibandingkan Depo Farmasi Anggrek, mudah diakses, dan harga yang lebih murah. Pelanggan yang baru pertama kali berkunjung sebesar 52,941% memiliki apotek langganan. Hal ini mendukung hasil penelitian

bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat beli walaupun kualitas pelayanan bagus tetapi pelanggan tetap tidak berniat membeli obat di Depo Farmasi dengan alasan yang tersebut di atas. Kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang berperan dalam membangun kepuasan pada pelanggan dan pada akhirnya menjadi penilaian akhir seseorang dalam memutuskan pembelian (niat beli) yang menjadi perhatian penting, khususnya pada pelayanan farmasi di RSHS. Aspek kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan adalah dimensi daya tanggap, bukti langsung, dan jaminan karena memiliki beberapa indikator dengan nilai rendah.

Salah satu aspek kualitas pelayanan yaitu nilai dimensi bukti langsung menunjukkan bahwa ketersediaan ruang untuk konseling merupakan faktor yang paling rendah. Pada kenyataannya ruang konseling sudah tersedia di depo farmasi akan tetapi pelanggan tidak mengetahui ruangan tersebut karena jarang digunakan untuk konseling dan tidak terdapat adanya papan nama ruangan. Indikator lain dari bukti langsung yang dirasakan kurang oleh pelanggan adalah luas ruang tunggu dari depo. Pada kenyataannya ruang tunggu yang tersedia sekitar 3 x 5 meter sehingga pada saat *peak hour* dirasakan sangat tidak nyaman.

Pada dimensi daya tanggap, penilaian dilakukan terhadap ketersediaan konseling khusus atau konsultasi bagi pasien. Hal ini sesuai dengan penelitian di Portugis oleh Cavaco *et al.*, (2005) dan di Malta oleh Wirth *et al.*, (2010) yang menyatakan bahwa pasien menghargai peran farmasi komunitas dalam tim kesehatan.^{15,16} Hal ini didukung juga dengan penelitian Kucukarslan (2008) yang menyatakan bahwa dengan meningkatkan interaksi antara apoteker dengan pasien akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan.¹⁷ Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan program konseling serta ruangan khusus konseling. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat sudah

mengharapkan peran aktif dari apoteker dalam melayani masyarakat sesuai dengan tugas apoteker dalam Standar Pelayanan Farmasi.

Pada dimensi daya tanggap yang harus diperbaiki adalah waktu tunggu pelayanan yang masih dirasakan lama. Hal ini sesuai dengan penelitian Camacho *et al.*, (2006) yang menyatakan bahwa pengurangan waktu tunggu dapat meningkatkan kepuasan pasien dan kesediaan yang lebih besar untuk kembali.¹⁸⁻²⁰

Selanjutnya pada aspek jaminan yang dinilai kurang baik adalah kelengkapan atau ketersediaan obat di depo farmasi dan faktor ini juga yang mendapat nilai paling rendah. Berdasarkan data dari laporan depo farmasi Anggrek, pada periode bulan Januari sampai dengan September 2014 dalam rata-rata per bulan sebanyak 255 obat formularium dan 134 obat nonformularium RSHS yang tidak tersedia di depo farmasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kanyoma dan Khomba pada tahun 2013, penyebab kekosongan obat di rumah sakit terbagi menjadi faktor internal dan eksternal, antara lain kesalahan dalam proses perencanaan, obat yang sudah kadaluarsa, kekosongan obat pada distributor, distributor tunggal, dan kosong pabrik.²¹

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penyebab kekosongan atau ketidaklengkapan obat di RSUP Dr. Hasan Sadikin antara lain perencanaan kurang baik, kosong gudang karena tidak adanya kontrak pembelian obat, petugas kurang teliti dalam pemesanan obat, kosong distributor, kosong produsen, tidak ada penawaran dari distributor terhadap obat karena harga terlalu murah ataupun kelebihan pagu dari distributor, penulisan obat di luar formularium RSHS, serta pengiriman dari distributor yang terlambat.

Simpulan

Kualitas pelayanan memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan dari seluruh aspek kualitas pelayanan antara lain bukti langsung,

kehandalan, daya tanggap, rasa empati, dan jaminan. Aspek kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dari aspek jaminan adalah pada indikator kejelasan label obat sedangkan yang menyebabkan pelanggan tidak puas dari dimensi daya tanggap adalah indikator waktu tunggu pelayanan dan kesediaan apoteker dalam memberikan konseling, aspek jaminan dengan indikator kelengkapan persediaan obat, serta pada aspek wujud langsung dengan indikator memiliki ruang konseling khusus.

Kepuasan dari pelanggan memengaruhi niat beli pada pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah pelayanan atas pernyataan yang telah diberikan diterima jelas dan sabar sedangkan indikator paling utama yang menyebabkan pelanggan tidak berniat membeli obat adalah kemampuan depo dalam memenuhi kebutuhan obat. Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat beli pelanggan, akan tetapi apabila pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diterima maka akan meningkatkan niat beli ulang pada pelanggan.

Ucapan Terima Kasih

Tidak ada.

Pendanaan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan biaya mandiri.

Konflik Kepentingan

Seluruh penulis menyatakan bahwa tidak terdapat potensi konflik kepentingan dengan penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan atau publikasi artikel ini.

Daftar Pustaka

1. Zeithaml VA, Berry LL, Parasuraman A. Delivering quality service-balancing

- customer perceptions and expectations. New York: The Free Press; 1990.
2. Wan IL, Chi-Lung L. An innovative information and relationship between service quality, customer value, customer satisfaction and purchase intention. *Intern J Innov Comput Inform Contr*. 2011;7(7A):3572–3.
 3. Kotler P, Keller KL. *Marketing management*. 13th edition. New Jersey: Prentice Hall; 2009.
 4. Press I, Fullam F. Patient satisfaction in pay for performance programs. *Qual Manag Health Care*. 2011;20(2):110–5. doi: 10.1097/QMH.0b013e318213aed0.
 5. Oparah B, Kikanme LC. Consumer satisfaction with community pharmacies in Warri, Nigeria. *Res Social Adm Pharm*. 2006;2(4):449–511. doi: 10.1016/j.sapharm.2006.02.004
 6. Alturki M, Khan TM. A study investigating the level of satisfaction with the health services provided by the pharmacist at ENT hospital, Eastern Region Alahsah, Kingdom of Saudi Arabia. *Saudi Pharm J*. 2013;21(3):255–60. doi: 10.1016/j.jsps.2012.09.001
 7. Otani K, Waterman B, Faulkner KM, Boslaugh S, Dunagan WC. How patient reactions to hospital care attributes affect the evaluation of overall quality of care, willingness to recommend, and willingness to return. *J Health Manag*. 2010; 55(1):25–37.
 8. Riiskjaer E, Ammenorp J, Nielsen JF, Kofoed PE. Patient surveys: a key to organizational change?. *Patient Educ Couns*. 2010;78(3):394–401. doi: 10.1016/j.pec.2009.08.017
 9. Ifmaily. Analisis pengaruh persepsi layanan farmasi pasien unit rawat jalan terhadap minat beli ulang di instalasi farmasi RSI Ibnu Sina-Yarsi Padang (tesis) Semarang: Universitas Diponegoro; 2006.
 10. Swastini DA, Wahyudhana GMT, Udayana ANP. The comparison between patient's perception and expectation on pharmacy services in Denpasar. *Intern J Pharm Teach Pract*. 2013;4(2):670–5.
 11. Choudhury K. Service quality and customer's purchase intentions: an empirical study of the Indian banking sector international. *J Bank Market*. 2013; 31(7):529–43. doi: 10.1108/IJBM-02-2013-0009
 12. Notoatmodjo S. *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta; 2010.
 13. Gozali I. *Structured equation modelling: metode alternatif dengan partial least square-PLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2006.
 14. Cording M, Christmann P, King DR. Reducing causal ambiguity in acquisition integration: intermediate goals as mediators of integration decisions and acquisition performance. *Acad Manag J*. 2008;51(4):744–67. doi: 10.5465/AMR.2008.33665279
 15. Cavaco AM, Dias JP, Bates IP. Consumer's perception of community pharmacy in Portugal: a qualitative exploratory study. *Phar World Sci*. 2005;27(1):54–60. doi: 10.1007/s11096-004-2129-z
 16. Wirth F, Tabone F, Azzopardi LM, Gauci M, Zarb-Adami M, Serracino-Inglott A. Consumer perception of the community pharmacist and community pharmacy services in Malta. *JPHCS*. 2010;1(4):189–94. doi: 10.1111/j.1759-8893.2010.00034.x
 17. Kucukarslan SN, Nadkarni A. Evaluating medication-related services in a hospital setting using the disconfirmation of expectations model of satisfaction. *Res Social Dam Pharm*. 2008;4(1):12–22. doi:10.1016/j.sapharm.2007.01.001
 18. Camacho F, Anderson R, Safrit A, Jones AS, Hoffmann P. The relationship between patient's perceived waiting time and office-based practice satisfaction. N

- C Med J. 2006;67(6):409–13.
19. Rahmqvist M, Bara AC. Patient characteristics and quality dimensions related to patient satisfaction. *Int J Qual Health Care*. 2010;2(22):86–92. doi: 10.1093/intqhc/mzq008
 20. Slowiak JM, Huitema BE, Dickinson AM. Reducing wait time in a hospital pharmacy to promote customer service, *Q Manag Health Care*. 2008;17(2):112–127. doi: 10.1097/01.QMH.0000316989.48673.49
 21. Kanyoma KE, Khomba JK. The impact of procurement operations on healthcare delivery: a case study of Malawi's public healthcare delivery system. *GJMBR*. 2013;13(3):27–35.