

Pengaruh Intervensi Pembelajaran terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Apotek Siroto

Naniek Widyaningrum^{1*}, Novitasari Adi Saputri¹, Thendi Abdul Arief¹, Masita Oktasari²

¹Program Studi Profesi Apoteker, Fakultas Kedokteran, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

²Apotek Siroto, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Email: naniek@unissula.ac.id

ABSTRAK

Sumber daya insani merupakan faktor penting dalam belangsungnya bisnis apotek. Pengetahuan tenaga teknis yang baik akan membuat pelanggan apotek merasa puas sehingga menjadi loyal dan menghasilkan *word of mouth* yang positif dan kepuasan pelanggan di apotek. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat ada atau tidaknya peningkatan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian dengan dilakukan intervensi pembelajaran dan melihat adakah peningkatan kepuasan pelanggan apotek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimental. Penelitian ini dilakukan pada 5 tenaga teknis kefarmasian (TTK). Pemberian *pre-test* dan *post-test* dilakukan untuk mengukur tingkat pengetahuan TTK sebelum dan sesudah intervensi. Intervensi yang diberikan berupa pembelajaran materi farmakoterapi (diare, konstipasi, GERD). Tingkat Kepuasan 30 pelanggan apotek terhadap pelayanan yang diberikan TTK diukur dengan kuesioner 5 dimensi SERVQUAL. Penelitian ini dilakukan di apotek Siroto pada Agustus-Desember 2023. Intervensi menghasilkan $p\text{-value} < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh intervensi pembelajaran dalam meningkatkan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian. Rata-rata nilai indeks kepuasan pelanggan didapatkan 90,79% yang termasuk dalam kategori tinggi. Kesimpulan dari penelitian tersebut menunjukkan peningkatan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di apotek Siroto.

Kata Kunci: Sumber Daya Insani, Intervensi Pembelajaran, Tingkat Kepuasan, Tenaga Teknis Kefarmasian, SERVQUAL

ABSTRACT

Human resources are an important factor in the continuation of the pharmacy business. Good knowledge of technical personnel will make pharmacy customers feel satisfied so that they become loyal and generate positive word of mouth. In addition to knowledge, Islamic communication ethics also affect the level of customer satisfaction in pharmacies. The purpose of this study was to see whether or not there was an increase in

the knowledge of pharmaceutical technical personnel by means of learning interventions and to see whether there was an increase in pharmacy customer satisfaction. The method used in this research was an experimental method. This study used a group of pharmaceutical technical staff with pre-test, intervention, and post-test. As for pharmacy customers with a questionnaire and a total of 30 respondents. This research was conducted at the Siroto pharmacy in August-December 2023. The intervention resulted in a p-value <0.05, which means that there was an effect of the learning intervention in increasing the knowledge of pharmacy technicians. The average value of the customer satisfaction index is 90.79% which is included in the high category. The conclusion showed that increasing the knowledge of pharmaceutical technical personnel and the application of Islamic communication ethics can increase the level of customer satisfaction at the Siroto pharmacy.

Keywords: *Human Resources, Learning Intervention, Islamic Communication Ethics, Satisfaction Level, Pharmacy Technician, SERVQUAL*

I. PENDAHULUAN

Sarana atau tempat dilakukannya pelayanan mengenai kefarmasian disebut apotek. Kegiatan pelayanan kefarmasian di apotek dilakukan oleh apoteker. Selain apoteker, tenaga teknis kefarmasian juga dapat melakukan pelayanan kefarmasian di apotek. Adapun kegiatan pelayanan kefarmasian di apotek, yakni *dispensing* dan pengkajian resep, pelayanan atau pemberian informasi obat (PIO), konseling kepada pasien, pelayanan kefarmasian yang dilakukan di rumah pasien, pemantauan terapi untuk penggunaan obat-obatan pada pasien tertentu (geriatri, pediatri), serta monitoring efek samping obat (MESO) (Depkes RI, 2016).

Beberapa tahun terakhir telah terjadi peningkatan penutupan apotek yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, pendapatan apotek tidak bisa menutupi biaya operasional. Kedua, mutu pelayanan yang tidak memenuhi standar sehingga

menyebabkan tingkat kepuasan pasien menurun. Tingkat kepuasan merupakan hal terpenting dalam mendukung berjalannya bisnis apotek.

Evaluasi kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian penting dilakukan untuk mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi untuk menyusun strategi dan inovasi baru guna memaksimalkan pelayanan (Lee *et al.*, 2015). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pristianty *et al.*, (2021) didapatkan tingkat kepuasan pasien di salah satu apotek kota Malang termasuk dalam kategori tidak puas pada pelayanan swamedikasi yang diberikan oleh tenaga kefarmasian.

Saat ini, terdapat tantangan mengenai bagaimana cara untuk mengoptimalkan peran dari tenaga teknis kefarmasian terutama pada bidang pelayanan kefarmasian di bidang farmasi klinik untuk membantu apoteker di apotek (Aditya *et al.*, 2022). Oleh karena itu,

tenaga teknis kefarmasian juga memiliki peran yang penting dalam hal pelayanan sehingga peningkatan pengetahuan sumber daya insani dalam hal ini adalah tenaga teknis kefarmasian sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian kasus di atas, peningkatan pengetahuan sumber daya insani yaitu tenaga teknis kefarmasian sangat diperlukan. Dengan pengetahuan yang dimilikinya diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Peneliti melakukan intervensi pembelajaran dengan metode ceramah secara lisan untuk peningkatan pengetahuan sumber daya insani terhadap diare, konstipasi, dan *gastroesophageal reflux disease* (GERD) di apotek Siroto.

I. METODE

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini bersifat eksperimental dengan pendekatan *one group pre test-post test design*. Pengukuran tingkat pengetahuan terhadap 5 Tenaga Teknis Kefarmasian (TTK) menggunakan *pre-test* dan *post-test* sebelum dan sesudah pemberian intervensi. Intervensi yang diberikan kepada TTK berupa pembelajaran terkait materi diare, konstipasi, dan GERD. Setelah dilakukan *pre-test*, intervensi, dan *post test*, maka 5 TTK akan melakukan PIO kepada

pelanggan apotek. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Jatmiko *et al.*, (2018) yang menggunakan metode *pre test* dan *post test* untuk menilai pengetahuan responden. Peneliti selanjutnya memberikan kuesioner kepada pelanggan terkait kepuasan pelayanan PIO yang diberikan TTK. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan apotek berupa kuesioner 5 dimensi SERVQUAL meliputi kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti Langsung (*tangible*) (Parasuraman *et al.*, 1988) dalam (Mohapatra *et al.*, 2017).

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yakni seluruh pengunjung apotek Siroto dengan keluhan diare/konstipasi/GERD. Jumlah sampel yang diperlukan adalah 30 pelanggan apotek.

Kriteria inklusi yang digunakan yaitu dewasa berusia lebih dari 17 tahun dan datang dengan keluhan utama diare/konstipasi/GERD, dan bersedia berpartisipasi secara sukarela dengan mengisi *informed consent*.

Pengumpulan data dilakukan secara prospektif selama bulan Agustus-Desember 2022 pada pasien yang datang membeli obat ke apotek Siroto, kota Semarang.

Penelitian ini telah mendapatkan

persetujuan etik dari Komite Etik Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sultan Agung dengan No. 317/VIII/2023/Komisi Bioetik.

B. Kelompok Intervensi

Kelompok intervensi mendapatkan pembelajaran dengan metode ceramah yang dilakukan peneliti. Intervensi berlangsung selama 20 menit/hari selama 14 hari. Metode ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan TTK sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan apotek terkait pelayanan kefarmasian. Materi yang disampaikan yaitu pengertian, gejala, penyebab, nama dan obat-obatan yang dapat digunakan, efek samping yang mungkin terjadi terkait penyakit diare, konstipasi, dan GERD. Penilaian yang dilakukan adalah peningkatan pengetahuan sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dan pada pengunjung apotek adalah peningkatan kepuasan terhadap pelayanan kefarmasian.

C. Analisis Data

Analisis bivariat menggunakan uji *Paired Sample T Test* untuk melihat ada tidaknya perbedaan pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi pembelajaran. Pada kelompok pengunjung Apotek dicari persentase indeks kepuasan dan dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumber daya insani merupakan pegawai atau karyawan yang bersedia, mampu, dan sigap untuk mencapai tujuan organisasi. Adanya kebutuhan untuk membantu perusahaan dalam melaksanakan tujuannya sebagai bentuk profesionalisme dalam bekerja. Sumber daya insani merupakan faktor utama dalam keberhasilan pengobatan pasien yang datang ke apotek. Pengetahuan sumber daya insani yang baik akan menghasilkan pengobatan yang rasional dan meningkatkan kualitas pelayanan (Koni *et al.*, 2021).

Menurut Sugiyono (2013) apabila data terdistribusi normal dan berpasangan, maka uji yang digunakan adalah *Paired Sample T Test*. *Paired sample t test* digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan rata-rata nilai *pre-test* dan *post-test* sebelum dan sesudah dilakukan intervensi pembelajaran kepada tenaga teknis kefarmasian. Pedoman pengambilan keputusan yang digunakan yakni berdasarkan nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $p < 0,05$, maka terdapat perbedaan. Berdasarkan Tabel I diketahui $p < 0,000 < 0,05$ sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan rata-rata nilai *pre-test* dan *post-test*. Rata-rata yang didapatkan yakni nilai *post-test* (89,00) > nilai *pre-test* (41,00). Artinya intervensi pembelajaran yang diberikan

mampu meningkatkan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian yang dilihat dari

tingginya nilai *post-test*.

Tabel I. Hasil pengetahuan TTK sebelum dan sesudah intervensi

Tingkat Pengetahuan				P-Value
Sebelum		Sesudah		
Kategori	(%)	Kategori	(%)	
Kurang Baik	100%	Baik	100%	0,000
Rata-rata	41		89	

Dalam Islam, ilmu pengetahuan untuk kesejahteraan *ummat* manusia dengan berlandaskan nilai-nilai *illahiyah* dan diarahkan untuk tujuan-tujuan kemanusiaan, di mana penempatannya di atas keimanan dan ketaqwaan (Supriatna, 2019). Firman Allah SWT pada QS. Al-Mujadalah ayat 11 yang artinya: “*dan apabila dikatakan “berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”*”.

Pengetahuan yang dimiliki oleh TTK tentang diare, konstipasi, dan *gastroesophageal reflux disease* (GERD) diterapkan dalam melayani pelanggan di apotek Siroto. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat kepuasan pelanggan apotek terhadap kualitas pelayanan yang diberikan TTK beragam.

Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi, yakni bukti langsung (*tangibles*) yang merupakan dimensi

kualitas pelayanan yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. Empati (*emphaty*), yakni dimensi dalam kualitas pelayanan yang bentuknya perhatian yang tulus ikhlas dan dekat dengan konsumen. Keandalan (*reliability*), yakni dimensi dalam kualitas pelayanan yang sifatnya abstrak yang hubungannya dengan harapan atau ekspektasi konsumen.

Tabel II. Hasil uji kepuasan responden

No.	Dimensi	Nilai Indeks (%)	Kategori
1.	Kehandalan	89,2	Tinggi
2.	Ketanggapan	89,06	Tinggi
3.	Jaminan	94,83	Tinggi
4.	Empati	91,2	Tinggi
5.	Bukti langsung	89,66	Tinggi
	Rata-rata	90,79	Tinggi

Ketanggapan (*responsiveness*), yakni dimensi pada kualitas pelayanan yang berbentuk pemberian tanggapan positif pada semua keinginan dan apa yang dibutuhkan konsumen. Jaminan (*assurance*), yakni dimensi pada kualitas

pelayanan yang kaitannya dengan kepastian atau jaminan yang didapatkan oleh konsumen (Mardiana *et al.*, 2021).

Penilaian kepuasan pelanggan apotek pada dimensi bukti langsung (*tangible*) didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 89,66%. Berdasarkan kriteria *three box method* rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Apotek dengan tempat yang nyaman, kebersihan yang baik, dan tersedianya promosi yang menarik berpengaruh terhadap kepuasan pasien terkait kualitas pelayanan (Anshory & Permatasari, 2023).

Dimensi empati (*empathy*) didapatkan rata-rata nilai indeks yakni 91,2%. Dari hasil kriteria *three box method* rata-rata tingkat kepuasan reponden termasuk dalam kategori tinggi. Hasil yang diperoleh lebih tinggi dari penelitian Feneranda *et al.*, (2021) dengan nilai kepuasan di sebuah apotek pada dimensi empati sebesar 84%. Dalam dimensi ini menunjukkan bahwa tenaga teknis kefarmasian haruslah melakukan komunikasi dengan ramah dan lemah lembut kepada konsumen. Dalam etika komunikasi Islam sesuai dengan *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut). Dalam ayat tersebut menunjukkan bahwa *qaulan layyina*, yakni pembicaraan yang lemah lembut atau halus dengan suara yang nyaman ditelंगा dan ramah sehingga dapat menyentuh hati. Islam telah

mengajarkan untuk menggunakan kalimat yang lemah lembut kepada sesama (Nurhadi, 2020). Dalam berkomunikasi petugas apotek atau TTK penting untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dengan menunjukkan empati dan kedekatan kepada masyarakat serta didukung oleh kenyamanan apotek (Antari *et al.*, 2019).

Dimensi kehandalan (*reliability*) didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 89,2%. Hasil kriteria *three box method* menunjukkan rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Dalam dimensi ini menunjukkan mengenai komunikasi efektif dan mudah dimengerti yang dilakukan tenaga teknis kefarmasian kepada pengunjung di apotek. Dalam Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi ber-*akhlaq al karimah* yang bersumber kepada al-quran dan hadits. Etika komunikasi Islam dalam dimensi ini, yakni *qaulan balighan*. *Qaulan balighan* merupakan komunikasi yang menggunakan kalimat efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, dan tidak berbelit-belit (Muslimah, 2016).

Dimensi ketanggapan (*responsiveness*) didapatkan rata-rata indeks yaitu 89,6%. Menurut kriteria *three box method* rata-rata tingkat kepuasan reponden dalam kategori tinggi. Dalam dimensi ini menunjukkan mengenai perkataan yang baik dalam hal ini tenaga

teknis kefarmasian mendoakan untuk kesembuhan pasien. Etika komunikasi Islam dalam dimensi ini sesuai dengan *qaulan ma'rufa* yang merupakan pembicaraan yang membawa kebermanfaatan dan menyebabkan kebaikan (*maslahat*) (Muslimah, 2016).

Dimensi jaminan (*assurance*) didapatkan rata-rata nilai indeks yaitu 94,79% yang berdasarkan kriteria *three box method* rata-rata tingkat kepuasan responden dalam kategori tinggi. Dalam dimensi ini menunjukkan mengenai jaminan obat yang diberikan, yakni dengan mengatakan hal yang benar dan jujur. Etika komunikasi Islam dalam dimensi ini sesuai dengan *qaulan sadidan* dimana *Wahbah al-Zulhaily* mengartikan *qaulan sadidan* adalah berkata dengan ucapan yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan yakni ucapan yang tidak bertentangan dengan ajaran agama (Muslimah, 2016).

Berdasarkan hasil dari dimensi kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti langsung didapatkan rata-rata 90,7%. Presentase tersebut menurut kriteria *three box method* rata-rata tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan Harsini (2019) di apotek Siroto bahwa rata-rata persentase dari kelima dimensi adalah 84,53%. Penelitian lain di sebuah apotek X didapatkan rata-rata tingkat kepuasan sebesar 87,5% termasuk

kategori sangat puas dan apotek Y mendapatkan nilai rata-rata kepuasan yang lebih rendah dengan kategori cukup puas (56,5%) (Wardati *et al.*, 2022)

Kepuasan konsumen menurut sifatnya dibagi menjadi kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan kepada produk yang dipasarkan, sedangkan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan kepada sesuatu yang tidak berwujud diantaranya adalah pelayanan yang baik berempati mendengarkan keluhan, dan lain lain (Mardiana *et al.*, 2021). Dari hasil kepuasaan konsumen apotek Siroto menunjukkan pengetahuan yang sudah dibekali oleh peneliti kepada TTK dan pelayanan PIO yang diberikan kepada konsumen sudah baik.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam berlangsungnya bisnis apotek. Kepuasan konsumen berkaitan dengan kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas, apabila apa yang dirasakan konsumen dari suatu pelayanan sama dengan atau lebih besar dari harapan konsumen tersebut. Manfaat ketika konsumen merasa puas, yakni *re-purchasing*, konsumen yang loyal, dan *word-of-mouth* (ucapan dari mulut ke mulut) yang positif (Yulia *et al.*, 2016). Kepuasan dan rasa percaya diri pasien muncul setelah ekpektasi terhadap kualitas pelayanan terpenuhi kemudian

berpengaruh terhadap loyalitas (Putri, 2017).

Pengetahuan petugas apotek mengenai obat merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Kemampuan petugas apotek dalam memberikan respons terhadap keluhan/pertanyaan pasien, pemberian informasi obat (PIO) secara lengkap, dan jelas akan berpengaruh dengan kepuasan pasien (Sari, 2017). Pentingnya implementasi PIO secara tepat dengan menyampaikan nama obat, fungsi, interaksi obat, cara minum obat, penyimpanan, dan efek samping. Hal ini juga berhubungan dengan ketepatan pemilihan obat sesuai dengan kondisi pasien. Pemberian informasi obat oleh tenaga kefarmasian di apotek yang telah diterapkan dengan baik dan maksimal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian (Musyarofah *et al.*, 2021).

Peningkatan kepuasan pelanggan apotek karena pelayanan PIO yang diberikan kepada pasien. Hal ini menunjukkan adanya keberhasilan intervensi pembelajaran yang dilakukan peneliti kepada tenaga teknis kefarmasian sebelum kuesioner kepuasan disebarakan kepada pengunjung. Intervensi pembelajaran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode ceramah. Metode ini dilakukan dengan

menyampaikan materi kepada peserta didik secara lisan. Kelebihan menggunakan metode ini adalah praktis dan efisien bagi pemberian pengajaran yang bahannya banyak. Peningkatan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian ini sejalan dengan penelitian Rohman dan Indarjo (2017), yakni peningkatan pengetahuan dan sikap terjadi setelah dilakukannya intervensi pembelajaran dengan metode ceramah.

IV. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh intervensi pembelajaran dalam meningkatkan pengetahuan tenaga teknis kefarmasian terkait penyakit diare, konstipasi, dan GERD di apotek Siroto.

Etika komunikasi Islam yang dipraktikkan dalam pelayanan farmasi mampu meningkatkan kepuasan konsumen di apotek Siroto. Adapun dimensi kepuasan terdiri dari dimensi kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti langsung didapatkan rata-rata 90,79% yang mana tingkat kepuasan responden termasuk dalam kategori tinggi.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan pada penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih

kepada apotek Siroto sebagai tempat pengambilan data dan Program Studi Profesi Apoteker Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M., Cesa, F. Y., Sitepu, R., Oktafiani, P., & Adis, R. (2022). Edukasi Hipertensi Kefarmasian Meningkatkan Pengetahuan Tenaga Teknis. 5, 91–97.
- Anshory, Fadhillah. T., & Permatasari, Intan K. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien di Apotek Rahma Krian Sidoarjo. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(1) : 57-66. DOI : <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i1.5217>
- Antari, N. P., Meriyani, H., & Suen. N. M. (2019). Faktor-Faktor Komunikasi Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Terhadap Tenaga Teknis Kefarmasian. *Jurnal Ilmiah Medicamento*, 5(1): 63-69.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek. 2016.
- Feneranda, E., Pambudi, Risma. S & Septiana, R. (2021). Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Sehati Surakarta Selama Masa Pandemi Covid-19. *E-Proceeding Senriabdi*, 1(1) : 789-797.
- Indah Tri Harsini. (2019). Evaluasi Kepuasan Pasien Di Apotek Siroto Puduk Payung Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Universitas Ngudi Waluyo.
- Jatmiko, S., Romanda, F., Hidayatulloh, M. (2018). Pengaruh Penyuluhan Metode Ceramah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Penyakit Tuberkulosis. *Jurnal Litbang Sukowati*, 2 (1) : 1-7.
- Koni, A., Albayan, H. A., Rusmana, F. D., Hatta, I. M., Juhadi, & Kurniawan, W. (2021). Manajemen Sumber Daya Insani (Sebuah Konsep-Konsep Dan Implementasi). *In Widina Bhakti Persada*.
- Kusuma, F. R., & Indarjo, S. (2017). Film Mancur (Manten Kencur) Sebagai Peningkat Pengetahuan Dan Sikap Tentang Pernikahan Dini. *Journal Of Health Education*, 2(1), 53–59.
- Lee., et Al. (2015). Predictive Factors of Patient Satisfaction with Pharmacy Services in South Korea: A Cross Sectional Study of National Level Data., *PLOS ONE.*, doi: 10.1371/journal.pone.0142269
- Mardiana, L., Frianto, D., & Arfania, M. (2021). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Apotek Di Kabupaten Purwakarta Selama Pandemi Covid 19. 6(Suppl 1), 145–151.
- Mohapatra, S., Ganesh, K., Punniyamoorthy, M., & Susmitha, R. (2017). *Service Quality in Indian Hospitals Perspectives from an Emerging Market*. Springer International Publishing.
- Muslimah. (2016). Etika Komunikasi Dalam Persfektif Islam. *Sosial Budaya*, 13(2), 115–125.
- Musyarofah et Al. (2021). Pengaruh Implementasi Pelayanan Informasi Obat Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien di Apotek. *Jurnal Ilmiah Jophus*, 2(1): 1-9.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekbis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/Ekbis.2018.2.2.1100>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring

- customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 6(41), 12–40.
- Pristianty, L., Fransiksa H. A., & Titani. M. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Swamedikasi Terhadap Mutu Pelayanan Kefarmasian di Apotek (Kelurahan Mojolangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Majalah Farmasetika*, 6 (1) : 88-95 <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v6i0>
- Prof.Dr. Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Putri, Dianita. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan, Kepercayaan, & Loyalitas Konsumen Apotek. *Indonesian Journal for Health Sciences (IJHS)*, 1(1): 23-29.
- Sari, Ratih P. (2017). Evaluasi Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Farmasi di Apotek. *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 2(1) : 122-133. <https://doi.org/10.36387/jiis.v2i1.90>
- Supriatna, E. (2019). Islam Dan Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Soshum Insentif*, 128–135. <https://doi.org/10.36787/Jsi.V2i1.106>
- Yulia, P. R., Baga, L. M., & Djohar, S. (2016). Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek Dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian Yang Berlaku (Studi Kasus Di Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 312–322. <https://doi.org/10.17358/Jabm.2.3.312>
- Wardati, Y., Spinnori, S., & Widiyawati, I. E. (2022). Evaluasi Kepuasan Pasien Terhadap Apotek X dan Y di Kota Pontianak. *Jurnal Sabdariffarma*, 11(1): 39-55.