

Praktik Kerja di Apotek Kimia Farma 143 Margonda Periode 31 Oktober - 25 November 2022, Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pemasaran Produk Suplemen Berbasis Saluran Pemasaran Digital (Digital Marketing Channel) di Apotek Kimia Farma 143 Margonda = Internship at Pharmacy Kimia Farma 143 Margonda Period 31st October - 25th November 2022, Analysis of Patients' Satisfaction on Digital Marketing of Supplement Products at Pharmacy Kimia Farma 143 Margonda Period November 2022

Khairunnisa Salsabila Lutfi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535389&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penilaian kepuasan pelanggan diperlukan untuk menentukan apakah strategi yang digunakan telah memberikan kebermanfaatan bagi pasien atau konsumen (patient-oriented) dan menilai keefektifan strategi pemasaran bagi apotek (Tietze, 2011). Kepuasan pelanggan termasuk salah satu kunci untuk keberlangsungan apotek komunitas yang efisien dalam jangka panjang, keberhasilan bisnis dan pada saat yang sama memainkan peran penting untuk memperluas nilai pasar. Kelangsungan hidup dan profitabilitas yang konsisten adalah tujuan bisnis utama untuk apotek. Apotek harus memberikan kualitas produk yang menarik pelanggan dan kualitas pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Chaganti, 2019). Berdasarkan uraian diatas, apoteker berperan penting dalam strategi pemasaran produk apotek yang tak hanya berpusat pada keuntungan (benefits-oriented) namun juga berpusat pada pasien (patient-oriented). Oleh karena itu, tugas khusus ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pemasaran produk suplemen berbasis saluran digital (digital marketing channels) di Apotek Kimia Farma 143 Margonda. Tujuan tugas khusus ini antara lain, mengetahui penjualan suplemen berdasarkan pemasaran berbasis saluran digital (digital marketing channels) dan mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk suplemen di Apotek Kimia Farma 143 Margonda periode 21-25 November 2022.

..... The assessment of customer satisfaction is necessary to determine whether the strategies employed have been beneficial to patients or consumers (patient-oriented) and to evaluate the effectiveness of marketing strategies for the pharmacy (Tietze, 2011). Customer satisfaction is one of the keys to the long-term efficiency of a community pharmacy, business success, and simultaneously plays a significant role in expanding market value. Sustained survival and consistent profitability are the primary business objectives for a pharmacy. Pharmacies must offer quality products that attract customers and provide good service quality to maintain long-term customer loyalty (Chaganti, 2019). Based on the above description, pharmacists play a crucial role in the marketing strategy of pharmacy products that are not only profit-oriented but also patient-oriented. Therefore, this specific task is carried out to determine customer satisfaction with the marketing of supplement products through digital marketing channels at Kimia Farma 143 Margonda Pharmacy. The objectives of this specific task include understanding supplement sales based on digital marketing channels and understanding customer satisfaction with supplement products at Kimia Farma 143 Margonda Pharmacy during the period of November 21-25, 2022.