

ABSTRAK

Nama : Mas'ud

Program Studi : Ilmu Kefarmasian

Judul : **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model *SERVQUAL* (Studi Kasus Pada Tiga Apotek)”**

Sejak dikeluarkannya kebijakan pemerintah tahun 1993 tentang deregulasi dibidang kefarmasian terutama sektor apotek, persaingan bisnis apotek menjadi sangat ketat terutama di Jakarta. Untuk memenangkan persaingan tersebut Apotek Kimia Farma sebagai apotek jaringan terbesar di Indonesia telah mencanangkan visi menjadi perusahaan jaringan layanan Farmasi yang terkemuka di Indonesia dan misi di antaranya memberikan jasa layanan prima bagi pelanggannya dengan cara meningkatkan kepuasan terhadap pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan Apotek Kimia Farma Jakarta, khususnya Apotek Kimia Farma-1 Kemayoran, Apotek Kimia Farma-48 Matraman, dan Apotek Kimia Farma-147 Duren Sawit. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana visi, misi Apotek Kimia Farma telah tercapai dengan baik atau belum.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan *Single Cross Sectional Study* memakai instrumen kuesioner. Model yang dipakai untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry menggunakan 5 dimensi kualitas layanan yaitu *tangible* (aspek fisik), *reliability* (konsistensi), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (perhatian). Tingkat kepuasan pelanggan diukur dengan analisis *Gap* (kesenjangan), yaitu selisih antara ekspektasi terhadap kualitas layanan yang diharapkan dan persepsi setelah pelanggan menerima layanan; dan analisis diagram Kartesius, yaitu dengan cara memetakan atribut kualitas layanan pada diagram Kartesius yang terbagi dalam 4 (empat) kuadran, dimana kuadran A (ekspektasi > rata-rata dan persepsi < rata-rata) yang menunjukkan pelanggan kurang puas, kuadran B (ekspektasi dan persepsi pelanggan

> rata-rata) yang menunjukkan pelanggan puas, kuadran C (ekspektasi dan persepsi < rata-rata) yang menunjukkan pelanggan biasa saja, dan kuadran D (ekspektasi < rata-rata dan persepsi > rata-rata) yang menunjukkan apotek berlebihan dalam melayani pelanggan. Sedangkan perbedaan tingkat kepuasan pelanggan antar apotek digunakan analisis varian (Anova).

Hasil penelitian menunjukkan dari lima dimensi *Servqual* yang diteliti, dimensi yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah dimensi *emphaty* (kesenjangan -0,37 atau tingkat kepuasan 91,66 %); atribut yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi, bangunan apotek memiliki desain interior/eksterior yang baik dan menarik (kesenjangan -0,14 atau tingkat kepuasan 96,4 %); dan atribut yang terpetakan pada diagram Kartesius terbanyak adalah pada kuadran B yang berarti kualitas layanan Apotek Kimia Farma yang diteliti menunjukkan cukup baik. Hasil uji hipotesis penelitian menyatakan tidak ada perbedaan yang bermakna tingkat kepuasan pelanggan antar apotek yang diteliti ($\alpha > 0,05$).

Kesimpulan : secara umum tingkat kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma yang diteliti mendekati “Puas”, sedangkan tingkat kepuasan pelanggan antar Apotek Kimia Farma yang diteliti tidak menunjukkan perbedaan yang bermakna.

Kata Kunci : Apotek, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Mas'ud
Study Program : Pharmaceutical Science
Title : Analysis of Customer Satisfaction level of Kimia Farma
Community Pharmacy Jakarta Using Serqual Model (Case Study
of Three Community Pharmacy)

Since policy sector pharmaceutical affairs 1993 by government about deregulations sector community pharmacy, competition business community pharmacy in Jakarta was very strict. For win something this competitions, Kimia Farma community pharmacy as the biggest community pharmacy network in Indonesia have propagandized vision be the foremost business networking community pharmacy in Indonesia and mission first-rate services for customers with customer satisfaction. The objective of this research is detect satisfaction level of service quality of Kimia Farma community pharmacy Jakarta, in particular Kimia Farma community pharmacy -1 Kemayoran, Kimia Farma community pharmacy-48 Matraman, Kimia Farma community pharmacy-147 Duren Sawit. Beside This research also objective for knowed vision, mission of Kimia Farma community pharmacy was reached.

This research using survey method with quisionaire Single Cross Sectional Study approaches. Research using Servqual (Service Quality) model was discovered by Parasuraman, Zeithaml and Berry use five dimensions of service quality, that was tangible, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty. Satisfaction level measured with Gap analysis that was difference expectation before customer receiving the service and perception after that; and Cartesian Diagram analysis, that was mapping atribut service quality on Cartesian Diagram that divided into four quadrant, A quadrant (expectations > average and perceptions < average) means customers are not satisfy; B quadrant (expectations and perceptions > average) means customers are satisfy; C quadrant (expectations and perceptions < average) means customers are common; D quadrant (expectations < average, perceptions > average) means the community pharmacy is over service. Analysis difference on customer satisfaction within community pharmacy used analysis varian (Anova).

Result: dimension that highest satisfaction level was empathy (gap -0.37 or satisfactions levels 91.88 %); attribute that highest satisfaction level was well designed interior/exterior building (gap -0.14 or satisfaction levels 96.4 %). Mapping attribute on Cartesian Diagram majority on quadrat B, means service quality Kimia Farma community pharmacy was sufficient. Based on hypothesis test, was not difference significant satisfactions level Kimia Farma community pharmacy was research ($\alpha > 0.05$).

Conclusions: generally satisfactions level of Kimia Farma community pharmacy that researched nearly satisfy, with satisfaction levels within community pharmacy was not significant difference.

Key Word: Community Pharmacy, Service Quality, Customer Satisfaction.

