

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dilihat dari sisi sosiodemografi dan karakteristik responden, pelanggan Apotek Kimia Farma yang diteliti menunjukkan kesamaan. Ekspektasi/harapan tertinggi dan persepsi kualitas layanan terbaik menurut pelanggan adalah dimensi *assurance* dimana dimensi ini berisi atribut utama pelayanan kefarmasian. Hasil analisis *Gap*, dimensi yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi adalah *emphaty* diikuti *tangible*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reliability*, sedangkan atribut yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi adalah bangunan apotek memiliki desain interior/eksterior yang baik dan menarik, dan memiliki tingkat kepuasan terendah adalah petugas apotek memberitahu secara pasti, kapan dan berapa lama pengerjaan resep dapat diselesaikan. Hasil analisis diagram Kartesius, atribut kualitas layanan terbanyak terpetakan pada kuadran B, diikuti C, A, dan D.

Hasil uji hipotesis kualitas layanan antar apotek menunjukkan tidak ada perbedaan bermakna antara kualitas pelayanan yang diberikan Apotek Kimia Farma yang satu dengan Apotek Kimia Farma yang lain

5.2. Saran

Untuk meningkatkan kualitas layanan Apotek Kimia Farma disarankan beberapa hal berikut :

- a. Perlu segera dilakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kuadran A diagram Kartesius khususnya atribut pelayanan resep dilakukan tepat waktu dengan standar yang pasti sesuai yang dijanjikan (dimensi *reliability*), dan petugas apotek memberitahu secara pasti, kapan dan berapa lama resep dapat diselesaikan (dimensi *responsiveness*) dengan cara membuat SOP (*standard operational procedure*) atau menempelkan standar layanan resep racikan di *counter* seperti layanan obat resep non racikan yang telah dilakukan.

- b. Untuk meningkatkan kualitas layanan apotek terkait kualitas SDM (sumber daya manusia) perlu dilakukan diklat (pendidikan dan latihan), penataran atau pembekalan secara berkala dan berkelanjutan tentang strategi meningkatkan mutu layanan apotek kepada pelanggan terhadap seluruh personel yang berhubungan langsung dengan pelanggan termasuk SPG (*sales promotion girls*) yang bertugas di apotek.
- c. Perlu dilakukan penelitian sejenis pada apotek lain di luar Kimia Farma, serta penelitian-penelitian lain terkait pelayanan kefarmasian di apotek untuk mendukung regulasi dan kebijakan perapotekan di Indonesia.

