



# JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN

VOL 4 NO 4 November 2021

P-ISSN 2622-2191 , E-ISSN 2622-2205

## PENGARUH BUDAYA PERUSAHAAN PT. X TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN YANG MEMILIKI DAMPAK KEPADA KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN APOTEK UNIT BISNIS DEPOK PT. X

<sup>1</sup>Isti'annah Al-Fikriyah D, <sup>2</sup>Sahat Saragi, <sup>3</sup>MGS. Aritonang

Universitas Pancasila, Program Magister Ilmu Kefarmasian

### Info Artikel :

Diterima : 3 Oktober 2021

Disetujui : 7 Oktober 2021

Dipublikasikan : 25 November 2021

### ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak dalam interaksi antara karyawan dan pelanggan khususnya pada karyawan yang berada diposisi *frontline* sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kegiatan pembelian yang dilakukan oleh setiap pelanggan, Budaya perusahaan merupakan salah satu faktor dapat yang mempengaruhi kualitas layanan pada seluruh karyawan, khususnya untuk karyawan berada diposisi *frontline*. Apotek Unit Bisnis Depok PT. X adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam interaksi antara pelanggan dan karyawan. Berdasarkan data hasil survey di tahun 2019 mengenai kepuasan pelanggan yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X menyatakan bahwa ditemukannya gap sekitar 0,24 dari standar yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya perusahaan PT. X terbaru terhadap kualitas pelayanan kefarmasian yang akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Chisquare dengan pendekatan Crosstab. Sampel penelitian ini adalah pelanggan di 10 Apotek Unit Bisnis Depok PT. X. Hasil Analisis ditemukan setelah dilakukan Crosstab Variabel Budaya Perusahaan terhadap Kualitas Pelayanan Kefarmasian Chi-square test menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.456 (lebih besar dari 0,05), Variabel Budaya Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Chi-square test menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.129 (lebih besar dari 0,05), Variabel Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan Pelanggan Chi-square test menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05), Variabel Pelayanan Kefarmasian terhadap Loyalitas Pelanggan Chi-square test menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.003 (lebih kecil dari 0,05), Variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Chi-square test menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05). Kesimpulan, menunjukkan adanya pengaruh antara Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan

### Kata Kunci :

*Budaya Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Apotek*

Pelanggan, terdapat pengaruh antara Pelayanan Kefarmasian terhadap Loyalitas Pelanggan dan terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Apotek PT. X wilayah Depok.

---

**ABSTRACT**

*Companies that have interactions between customers and employees, especially employees who are in frontline positions are very important in influencing customer satisfaction in purchasing activities made by each customer, corporate culture is one of the factors that can affect the performance of all employees, especially for employees in frontline positions . Pharmacy Depok Business Unit PT. X is a company that has interaction between customers and employees. Based on survey data in 2019 regarding customer satisfaction owned by Apotek PT. X Depok Business Unit stated that it found a gap of around 0.24 from the expected standard. The purpose of this study is to determine the influence of the latest PT X corporate culture on the quality of pharmaceutical services that will result in customer satisfaction and customer loyalty. Methodology, this study uses the Chisquare method with a Crosstab approach with data collection carried out on the quality of pharmaceutical services that will result in customer satisfaction and customer loyalty. The sample of this research is customers in 10 Pharmacies PT X Depok area. The results of the analysis were found. After the Crosstab of the Corporate Culture Variable on the Quality of Pharmaceutical Services Chi-square test showed a significance p-value of 0.456 (greater than 0.05), the Corporate Culture Variable on Customer Loyalty Chi-square test showed a significance p-value of 0.129 (greater than 0.05), Pharmaceutical Service Variable on Customer Satisfaction Chi-square test shows a significant p-value of 0.00 (less than 0.05), Pharmaceutical Service Variable on Customer Loyalty Chi-square test shows a significant p-value of 0.003 (smaller than 0.05), Customer Satisfaction Variable on Customer Loyalty Chi-square test shows a significance p-value of 0.00 (less than 0.05). The conclusion, shows that there is a relationship between Pharmaceutical Service and Customer Satisfaction, there is a relationship between Pharmaceutical Service and Customer Loyalty and there is a relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Apotek Depok area PT. X.*

**Keywords :**

**Corporate Culture, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Pharmacy**

---

## PENDAHULUAN

Penjelasan Suliyo bahwa budaya adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh manusia yang akan didapatkan melalui belajar dan menggunakan akal ataupun fikirannya. (1). Budaya perusahaan berkaitan dengan sistem yang diyakini oleh para anggotanya dan menjadi pembeda dengan perusahaan lainnya yang bertujuan untuk mengikat anggotanya demi mencapai suatu pencapaian ataupun tujuan (2, 3). Penelitian ini berkaitan dengan budaya perusahaan yang dimiliki oleh PT. X yaitu I CARE baru di Apotek Unit Bisnis Depok.

Salah satu ciri khas dari budaya perusahaan tergambar pada Logo. Penelitian ini berkaitan dengan budaya perusahaan yang dimiliki oleh PT. X yaitu I CARE baru di Apotek Unit Bisnis Depok dimana terjadi perunahan di Tahun 2019 dari budaya perusahaan I CARE lama menjadi Baru (4).

Jika dikaitkan dengan data survei karyawan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X Tanggal 11 Mei 2020 – 22 Mei 2020 tentang pemahaman, pengimplementasian dan pengetahuan tentang budaya perusahaan I CARE Baru sebagai budaya perusahaan baru

bahwa hasilnya 0% menjawab tidak pernah, 1% menjawab jarang, 11% menjawab kadang-kadang dan 88% menjawab sering (Sumber : Survei Primer Apotek PT X).

Data menunjukkan terdapat kelemahan dalam mengimplementasikan budaya perusahaan ICARE baru, terlihat dari nilai persentase sebesar 88% yang menjawab sering. Di samping itu, masih ada 29% yang belum mengikuti sosialisasi mengenai budaya perusahaan ICARE baru, jika dilihat dari data bahwa dari 100 responden yang mengikuti survey terdiri dari 77 orang Tenaga Teknis Kefarmasian dan 33 orang Apoteker (Sumber : Survei Primer Apotek PT X).

Realitas menunjukkan adanya kenaikan terhadap pemahaman budaya perusahaan ICARE baru yaitu sebesar, 0% menjawab tidak pernah, 0,% menjawab jarang, 3% menjawab kadang-kadang dan 97% menjawab sering setelah diadakan sosialisasi budaya perusahaan ICARE baru pada tanggal 24 Agustus 2020, kemudian melakukan survei kembali pada tanggal 11 November- 18 November 2020 memberikan hasil kenaikan yang baik (Sumber : Survei Primer Apotek PT X).

Budaya perusahaan mempengaruhi tercapainya tujuan suatu perusahaan salah satunya mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Sebab mereka memiliki komitmen yang kuat dan akan bertahan pada budaya yang di miliki (5, 6, 7). Pemikiran ini sangat logis sehingga disimpulkan bahwa pengembangan budaya organisasi akan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan organisasi (8). dapat dilihat dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang diberikan oleh manajerial kepada Pelanggan (9).

Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan begitu juga dengan loyalitas pelanggan. (10, 11). Karakter, perilaku, tutur kata, keacuhan, keramahan karyawan, serta kemudahan mendapatkan informasi dan komunikasi menduduki peringkat yang tinggi dalam persepsi kepuasan pelanggan (12).

Begitu juga dengan budaya perusahaan mempengaruhi loyalitas. Hasil hasil penelitian Anton Pramana Akiral dan A.G. Sudibyo menyatakan bahwa menciptakan kualitas *Complaint Handling* (penanganan keluhan pelanggan secara cepat dan prima) berdampak dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan (13).

Data survei kepuasan pelanggan tunai dalam bentuk Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tahun 2016 - 2019 memberikan hasil dengan kenaikan Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) setiap tahun dengan kenaikan signifikan khususnya di tahun 2019 dimana, Apotek Unit Bisnis Depok PT. X sudah mulai menerapkan budaya perusahaan ICARE baru.

Data survey kepuasan pelanggan tunai Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tahun 2019 dilaksanakan pada tanggal 1 – 15 Oktober 2019 diseluruh Apotek Unit Bisnis Depok PT. X diperoleh nilai rata-rata = **4,27**. Terdapat selisih sebesar 0,24 dari Indeks yang diharapkan yaitu **4,51**.

Hasil Survei menunjukkan bahwa terdapat ketidaktercapaian target IKP dari yang sudah ditetapkan sehingga perlu diketahui hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap hasil Indeks Kepuasan Pelanggan. Survei juga menunjukkan bahwa nilai terendah terdapat pada aspek *reliability* dan *assurance*. Indeks Kepuasan Pelanggan adalah parameter pencapaian kepuasan pelanggan yang juga dipengaruhi oleh kualitas responden (14).

Menurut Kotler dan Keller bahwa kepuasan pelanggan bergantung kepada kinerja dalam pemenuhan harapan pembeli. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil kinerja produk yang dipikirkan terhadap yang diharapkan (14). Mei Krismahariyanto dan Mohamad Prastya menyatakan bahwa jika perusahaan memberikan kepuasan yang baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan (15, 16).

Tjiptono dan Fandy menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan tahapan lanjutan dari kepuasan pelanggan (9). Pentingnya menciptakan loyalitas adalah untuk memungkinkan retensi pelanggan dimana loyalitas disebut sebagai *holy grail* karena akan berdampak baik pada perusahaan di masa akan datang (17, 18).

Hasil penelitian Larasati Putri Yulia dan Hardi Utomo menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif (*signifikan*) antara kualitas layanan sebuah layanan retail terhadap loyalitas pelanggan (19, 20). Disamping itu, menurut Tatang Kusmayadi (2014) dalam Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi bahwa korelasi antara kepuasan dan loyalitas sebesar 0,882, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (X) dan loyalitas pelanggan (Z) mempunyai korelasi yang sangat kuat bernilai  $0,000 < 0,05$  menunjukkan hubungan keduanya signifikan (21).

Kerasnya iklim kompetisi antara para pemain bisnis menghancurkan perusahaan melakukan upaya terus-menerus memperbaiki kekuatan dan mengeliminasi kelemahan agar dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman (22). Hal ini berkaitan dengan budaya perusahaan I CARE baru yang dimiliki oleh PT. X. Sejak tahun 2019 sudah menghasilkan pelayanan kefarmasian yang prima sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan (23).

Berdasarkan pikiran yang berkembang dari sumber di atas, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh budaya organisasi I CARE baru yang dimiliki karyawan terhadap kualitas pelayanan kefarmasin di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X sehingga berdampak baik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Budaya Perusahaan PT. X Terhadap Kualitas Pelayanan Kefarmasian Yang Memiliki Dampak Kepada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .”**

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Budaya Perusahaan PT. X**

Robbins menyatakan bahwa budaya merupakan sesuatu yang berkaitan mengenai pandangan yang sama dari para anggota organisasi. Oleh karena itu, diharapkan setiap karyawan yang memiliki latar belakang berbeda atau berada pada tingkatan yang berbeda dapat memahami budaya perusahaan dengan pengertian yang sama (24).

### **Kualitas Layanan**

Kualitas pelayanan dalam buku *customer excellence* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama yang mempengaruhi persaingan (25).

### **Kepuasan Pelanggan**

Kata kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu *statis* yang artinya cukup baik dan *facio* yang artinya melakukan atau membuat, sehingga dapat di maknai sebagai upaya pemenuhan sesuatu, sehingga di definisikan sebagai berikut (25):

- 1) Menurut Tse dan Wilton: mengartikan kepuasan/ ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakainnya.
- 2) Menurut Engel: mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative dipilih sekurang-kurangnya, memberikan hasil sama atau melampau harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.
- 3) Menurut Wilkie: kepuasan adalah evaluasi terhadap pengalaman pelanggan suatu produk dan jasa.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas didefinisikan oleh Dhermesta dalam buku Muhammad Rusydi sebagai gambaran dari kekuatan hubungan antara sikap relative individu dan patronase pengulangan. Hal ini berarti loyalitas individu di tentukan oleh kekuatan hubungan antara sikap relative mempresentasikan loyalitas kesikapian individu terhadap merek tertentu dengan petronase pengulangan mempresentasikan loyalitas keprilakuan individu terhadap merek tertentu. (25).

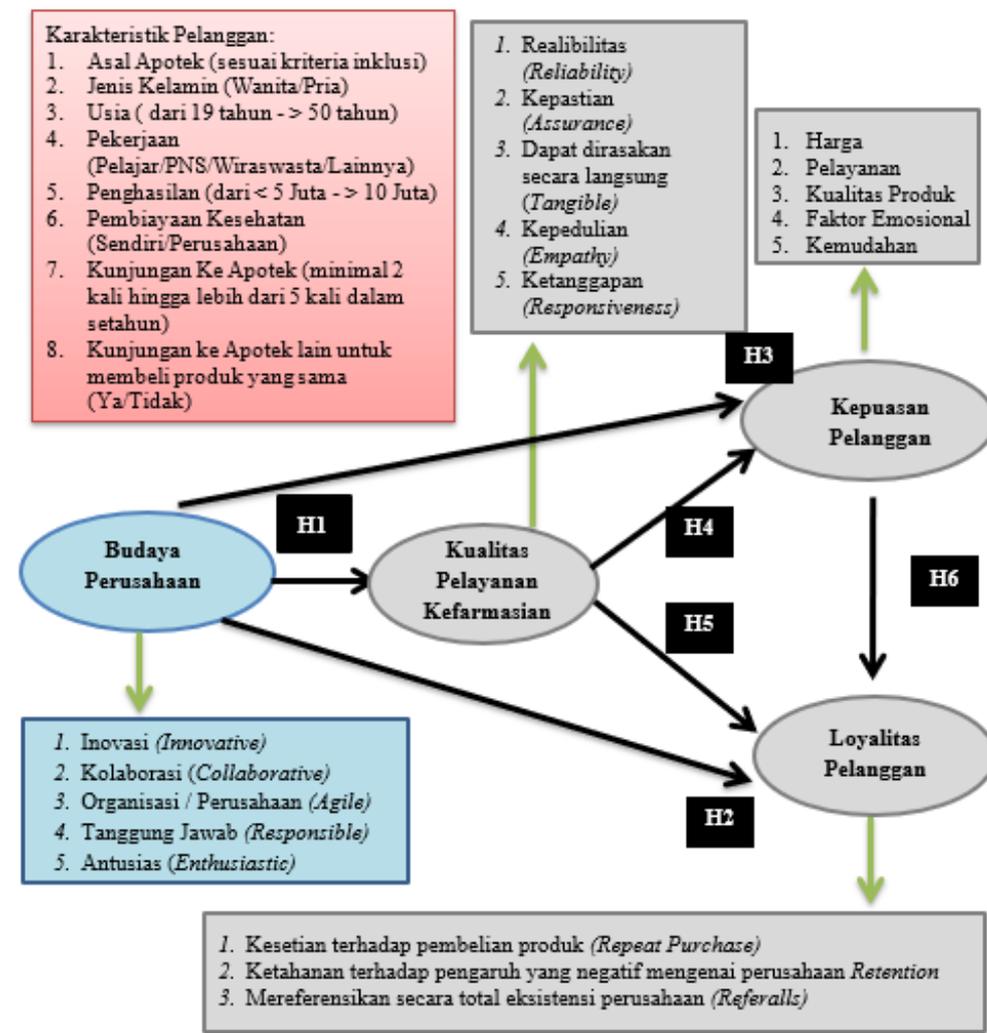
## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif kuantitatif* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan variabel dependen dan variabel independen dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) menggunakan pendekatan *cross sectional* (45). Metode penelitian ini dengan pendekatan *cross sectional* (potong lintang) yaitu rancangan penelitian dengan melakukan pengukuran atau pengamatan pada saat bersamaan atau sekali waktu (46) dan Analisis *chi square* digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antar variable dengan skala nominal-nominal, nominal-ordinal dan ordinal-nominal (47).

**Kerangka Konsep**

**Gambar 5. Kerangka Konsep**



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan pada responden seluruh responden Apotek Unit Bisnis Depok PT. X (terdiri 10 Apotek) dan Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X pada Bulan Maret s.d Mei 2021. Kuesioner yang dilakukan uji coba adalah kuesioner tentang Budaya Perusahaan, Pelayananan Kefarmasian, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X (terdiri 10 Apotek). Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner adalah sebagai berikut :

**a) Hasil Uji Validitas Kuesioner**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis butir (item) yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total per konstruk (*Construct*). Butir-butir pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid apabila pada bagian *corrected item*

– *total correlation* masing-masing indikator mempunyai koefisien korelasi 0,361 (p-value 5 %) atau 0,463 (p-value 1%).

**b) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner**

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *internal consistency*, yaitu metode untuk melihat sejauh mana konsistensi tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan. Dalam penelitian ini pengukuran konsistensi tanggapan responden menggunakan koefisien *alpha Cronbach*. Secara umum reliabilitas dari variabel sebuah kuesioner dikatakan cukup baik apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6. Uji reliabilitas dengan menggunakan *koefisien alpha* memberikan hasil sesuai dengan tabel berikut :

**1. Reliabilitas Variabel Budaya Perusahaan Baru Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .**

Tabel 1. Data Koefisien Reliabilitas Kuesioner Dengan Menggunakan Rumus *Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Innovative 1	0.924	Reliable
Innovative 2	0.926	Reliable
Innovative 3	0.923	Reliable
Innovative 4	0.925	Reliable
Collaborative 1	0.926	Reliable
Collaborative 2	0.925	Reliable
Collaborative 3	0.926	Reliable
Collaborative 4	0.925	Reliable
Agile 1	0.924	Reliable
Agile 2	0.925	Reliable
Agile 3	0.923	Reliable
Agile 4	0.922	Reliable
Responsible 1	0.926	Reliable
Responsible 2	0.924	Reliable
Responsible 3	0.925	Reliable
Responsible 4	0.922	Reliable
Enthusiastic 1	0.923	Reliable
Enthusiastic 2	0.929	Reliable
Enthusiastic 3	0.926	Reliable
Enthusiastic 4	0.926	Reliable

Sumber : Diolah oleh penulis

Dari tabel di atas hasil alpha ke 20 kuesioner tersebut antara 0.922 sampai dengan 0.929. Nilai alpha ke 20 kuesioner diatas koefisien alpha 0,6, berarti bahwa kuesioner Budaya Perusahaan: *Innovative, Collaborative, Agile, Responsible, Enthusiastic reliabel* dan dapat digunakan untuk mengukur beberapa variabel dalam penelitian ini.

## 2. Reliabilitas Variabel Pelayanan Kefarmasian Apotek Unit Bisnis PT. X .

Tabel 2. Data Koefisien Reliabilitas Kuesioner Dengan Menggunakan Rumus *Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Assurance1	0.929	Reliable
Assurance2	0.931	Reliable
Assurance3	0.930	Reliable
Assurance4	0.929	Reliable
Assurance5	0.929	Reliable
Reliability1	0.933	Reliable
Reliability2	0.933	Reliable
Reliability3	0.930	Reliable
Reliability4	0.928	Reliable
Reliability5	0.931	Reliable
Responsiveness1	0.935	Reliable
Responsiveness2	0.929	Reliable
Responsiveness3	0.929	Reliable
Responsiveness4	0.931	Reliable
Responsiveness5	0.929	Reliable
Tangible1	0.929	Reliable
Tangible2	0.928	Reliable
Tangible3	0.929	Reliable
Tangible4	0.929	Reliable
Tangible5	0.931	Reliable
Emphaty1	0.933	Reliable
Emphaty2	0.929	Reliable
Emphaty3	0.930	Reliable
Emphaty4	0.931	Reliable
Emphaty5	0.930	Reliable

Sumber : Diolah oleh penulis

Dari tabel di atas hasil alpha ke 25 kuesioner tersebut antara 0.928 sampai dengan 0.935. Nilai alpha ke 25 kuesioner diatas koefisien alpha 0,6, berarti bahwa kuesioner Pelayanan Kefarmasian: Assurance, Reliability,

Responsiveness, Responsible, Tangible, Emphaty alah reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur beberapa variabel dalam penelitian ini.

### 3. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .

Tabel 3. Data Koefisien Reliabilitas Kuesioner Dengan Menggunakan Rumus *Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Harga 1	0.848	Reliable
Harga 2	0.849	Reliable
Pelayanan 1	0.832	Reliable
Pelayanan 2	0.831	Reliable
Kualitas Produk 1	0.833	Reliable
Kualitas Produk 2	0.837	Reliable
Faktor Emosional 1	0.837	Reliable
Faktor Emosional 2	0.842	Reliable
Kemudahan 1	0.849	Reliable
Kemudahan 2	0.836	Reliable

Sumber : Diolah oleh penulis

Dari tabel di atas hasil alpha ke 10 kuesioner tersebut antara 0.831 sampai dengan 0.849. Nilai alpha ke 10 kuesioner diatas koefisien alpha 0,6, berarti bahwa kuesioner Kepuasan Pelanggan : Harga, Pelayanan, Kualitas Produk, Faktor Emosional, Kemudahan Adalah reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur beberapa variabel dalam penelitian ini.

### 4. Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .

Tabel 4. Data Koefisien Reliabilitas Kuesioner Dengan Menggunakan Rumus *Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Repeat Purchase 1	0.762	Reliable
Repeat Purchase 2	0.765	Reliable
Retention 1	0.739	Reliable
Retention 2	0.769	Reliable
Referalls 1	0.775	Reliable
Referalls 2	0.760	Reliable

Sumber : Diolah oleh penulis

Dari tabel di atas hasil alpha ke 6 kuesioner tersebut antara 0.739 sampai dengan 0.775. Nilai alpha ke 6 kuesioner diatas koefisien alpha 0,6, berarti bahwa kuesioner Loyalitas Pelanggan : *Repeat Purchase, Retention, Referalls,*

*Responsible*, adalah reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur beberapa variabel dalam penelitian ini.

## **Analisis Data Deskriptif**

### **Identitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang Pelanggan yang merupakan pelanggan yang menerima pelayanan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X , yang kemudian dilakukan pengolahan dengan menggunakan SPSS dan diketahui beberapa karakteristik responden sebagai berikut :

#### **a) Asal Apotek**

Pelanggan yang sering melakukan kunjungan ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang terdapat di 5 Kluster yaitu, Backbone, Flower, Margonda, Matahari serta Siliwangi. Yang terdiri dari jumlah masing-masing responden 20 orang, atau dengan persentase masing-masing pula sebesar 20 %. Dari jawaban diatas tidak ada perbedaan yang signifikan antara asal Apotek satu dengan Apotek lainnya di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .

#### **b) Jenis Kelamin**

Pelanggan yang sering melakukan pembelian obat-obatan dan lainnya Apotek Unit Bisnis Depok PT. X adalah merupakan pelanggan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang atau 64 % . Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang berjenis laki-laki dengan komposisi 36 orang atau 36 % . Dari uraian diatas menjelaskan ada perbedaan yang signifikan antara pelanggan yang berjenis kelamin perempuan lebih sering melakukan pembelian dibandingkan dengan pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki yang melakukan pembelian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X .

#### **c) Usia**

Usia pelanggan yang melakukan pembelian pada Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan memiliki rentang usia 19-25 tahun, 26-40 tahun, 41-50 tahun, >50 tahun. Pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X dengan rentang usia 19-25 tahun adalah berjumlah 26 orang, pelanggan dengan rentang usia 26-40 tahun adalah berjumlah 45 orang , pelanggan dengan rentang usia 41-50 tahun adalah berjumlah 20 orang, sedangkan pelanggan dengan rentang usia >50 tahun adalah berjumlah 9 orang responden atau dengan persentase 9%, dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa pelanggan yang sering melakukan pembelian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X adalah dengan rentang usia 26-40 tahun.

#### **d) Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X tersebut diketahui memiliki tingkat pendidikan seperti : SLTA, Diploma, Sarjana, Pasca Sarjana. Pelanggan dengan tingkat pendidikan SLTA adalah berjumlah 40 orang atau 40 % . Pelanggan dengan tingkat pendidikan Diploma adalah berjumlah 14 orang atau 14 % , Pelanggan dengan tingkat pendidikan Sarjana adalah berjumlah 45 orang atau 45 % , Pelanggan dengan tingkat pendidikan Pasca Sarjana adalah berjumlah 1 orang atau 1 % ., Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa

pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang paling dominan adalah pelanggan dengan tingkat pendidikan SLTA.

**e) Pekerjaan**

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X tersebut adalah terdiri dari pelajar/mahasiswa, Responden swasta, PNS dan lain-lain. Pelanggan dengan jenis pekerjaan adalah berjumlah 40 orang atau 40 %. Pelanggan dengan jenis pekerjaan yang sebagai pelajar/mahasiswa adalah berjumlah 10 orang atau 10 %, Pelanggan dengan jenis pekerjaan sebagai Responden swasta adalah berjumlah 45 orang atau 45 %. Pelanggan dengan jenis pekerjaan sebagai PNS berjumlah 13 orang atau 13 %, Pelanggan dengan jenis pekerjaan yang sebagai lain-lain adalah berjumlah 32 orang atau 32 %, Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dengan jenis pekerjaan sebagai Responden swasta yang paling dominan.

**f) Penghasilan**

Tingkat penghasilan pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut adalah berkisar antara <5 Juta, >5 Juta, 5-10 Juta >10 Juta. Pelanggan dengan tingkat penghasilan <5 Juta adalah berjumlah 38 orang atau 38 %. Pelanggan dengan tingkat penghasilan berjumlah 10 orang atau 10 %, Pelanggan dengan jenis pekerjaan >5 Juta adalah berjumlah 3 orang atau 3 %. Pelanggan dengan dengan tingkat penghasilan 5-10 Juta adalah berjumlah 52 orang atau 52 %, Pelanggan dengan dengan tingkat penghasilan >10 Juta adalah berjumlah 7 orang atau 7 %, Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dengan tingkat penghasilan 5-10 Juta adalah merupakan pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang paling dominan.

**g) Pembiayaan**

Pembiayaan pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut terdiri dari pembiayaan: sendiri dan dari perusahaan. Pelanggan dengan pembiayaan sendiri adalah berjumlah 64 orang atau 64 %. Pelanggan dengan pembiayaan dari perusahaan adalah berjumlah 36 orang atau 36 %. Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dengan pembiayaan sendiri adalah merupakan pelanggan yang paling mendominasi dari pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan .

**h) Kunjungan Ke Apotek Dalam Setahun**

Kunjungan pelanggan ke Apotek Unit Bisnis Depok Unit Bisnis Depok PT. X tersebut adalah terdiri dari 2-3 kali, 4-5 kali, >5 kali. Pelanggan dengan jenis pekerjaan adalah berjumlah 40 orang atau 40 %. Pelanggan dengan kunjungan 2-3 kali ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X adalah berjumlah 17 orang atau 17 %, Pelanggan dengan melakukan kunjungan 4-5 kali ke Unit Bisnis Depok PT. X adalah berjumlah 59 orang atau 59 %. Pelanggan dengan melakukan kunjungan >5 kali ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X adalah berjumlah 24 orang atau 24 %. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan yang melakukan kunjungan 4-5 kali ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang paling dominan.

**i) Alasan ke Apotek X**

Alasan pelanggan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut adalah terdiri dari rekomendasi teman, pelayanan baik, dekat rumah, tidak tersedia ditempat lain. Pelanggan yang memberikan alasan pelanggan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut adalah dari rekomendasi teman adalah berjumlah 5 orang atau 5 %. Pelanggan yang memberikan alasan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X karena pelayanan baik adalah berjumlah 39 orang atau 39 %. Pelanggan yang memberikan alasan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X karena dekat dari rumah adalah berjumlah 40 orang atau 40 %. Pelanggan yang memberikan alasan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X karena tidak tersedia ditempat lain adalah berjumlah 16 orang atau 16 %. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan yang memberikan alasan untuk datang ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dikarenakan karena Apotek adalah dekat dari rumah pelanggan tersebut adalah alasan yang paling banyak disebutkan oleh pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X

**j) Mengunjungi Apotek Lain Untuk Membeli Produk yang Sama**

Apotek lain untuk membeli produk yang sama tersebut adalah terdiri dari jawaban yang diberikan oleh pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X : Ya dan Tidak. Pelanggan yang memberikan jawaban Ya adalah berjumlah 45 orang atau 45 %. Sedangkan Pelanggan yang memberikan jawaban Tidak adalah berjumlah 55 orang atau 55 %. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan yang memberikan jawaban Tidak mengunjungi Apotek lain untuk membeli produk yang sama tersebut adalah jawaban yang paling banyak disebutkan oleh pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X . Dan hal ini juga bisa menjelaskan bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang memberikan jawaban Tidak untuk mengunjungi Apotek lain untuk membeli produk yang sama bisa digolongkan sebagai pelanggan yang loyal.

**Budaya Perusahaan**

Penelitian yang dilakukan terdiri dari 10 Apotek Unit Bisnis Depok PT. X, yang kemudian dilakukan pengolahan dengan menggunakan SPSS dan diketahui beberapa karakteristik responden sebagai berikut :

**a) Innovative**

*Innovative* yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X : Mencari peluang, tidak ada jawaban Tidak Pernah adalah 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau 0%, Kadang-Kadang adalah berjumlah 2 orang responden atau 2%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 97 orang atau dengan persentase 97%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di PT. X wilayah Depok dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu selalu Mencari peluang.

responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan selanjutnya yaitu : Mampu mengerjakan *tools* baru yang diberikan perusahaan demi pelayanan yang baik, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 5 orang atau dengan persentase 5%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 95 orang atau dengan persentase 95%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit

Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu , Mampu mengerjakan *tools*.

Jawaban berdasarkan tentang budaya perusahaan berdasarkan *inonovative* yang dimiliki responden yang bekerja di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: bersikap positif sehingga menghasilkan dampak positif, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 6 orang atau dengan persentase 6%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 94 orang atau dengan persentase 94%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu : bersikap positif sehingga menghasilkan dampak positif adalah Sering.

**b) Collaborative**

*Collaborative* yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Bekerjasama dengan tim, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Bekerjasama dengan tim adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Berbagi barang jika ada kebutuhan antar apotek, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, Responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 10 orang atau dengan persentase 10%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 89 orang responden atau dengan persentase 89%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Berbagi barang jika ada kebutuhan antar apotek adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Berkomunikasi yang baik dengan Pelanggan, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Berkomunikasi yang baik dengan Pelanggan adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Memberikan kesan baik, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah

0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 98 orang responden atau dengan persentase 98%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu, Memberikan kesan baik adalah Sering.

c) *Agile*

*Agile* yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Mampu menerima dan menerapkan perubahan peraturan perusahaan., yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 4 orang atau dengan persentase 4%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 96 orang atau dengan persentase 96%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Mampu menerima dan menerapkan perubahan peraturan perusahaan adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Mampu memenuhi keinginan Pelanggan dengan baik (*delivery*), yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Mampu memenuhi keinginan Pelanggan dengan baik (*delivery*) adalah Selalu.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Menjelaskan obat dengan detail, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Selalu adalah berjumlah 100 orang atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Menjelaskan obat dengan detail adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Mampu mencari peluang baru, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 7 orang responden atau dengan persentase 7%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 93 orang responden atau dengan persentase 93%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa

responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Mencari peluang baru adalah Sering.

**d) *Responsible***

*Responsible* yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Datang tepat waktu., yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 2 orang responden atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 98 orang responden atau dengan persentase 98%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Datang tepat waktu adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Mampu mengelola keluhan pelanggan, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang responden atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang responden atau dengan persentase 99%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Mampu mengelola keluhan pelanggan dengan baik adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Melayani Pelanggan dengan cepat dan tepat., yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang responden atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang responden atau dengan persentase 99%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Melayani Pelanggan dengan cepat dan tepat adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Mematuhi semua peraturan yang perusahaan, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 3 orang responden atau dengan persentase 3%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 97 orang responden atau dengan persentase 97%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Mematuhi semua peraturan yang perusahaan Sering.

**e) *Enthusiastic***

*Enthusiastic* yang dimiliki Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Menjadi *role model*., yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 7 orang responden atau dengan persentase 7%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 93 orang responden atau dengan persentase 93%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Menjadi *role model* adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Melakukan *wa service after sale*, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 1 orang responden atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 12 orang responden atau dengan persentase 12%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 87 orang responden atau dengan persentase 87%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu, Melakukan *wa service after sale* adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Bersemangat dalam melaksanakan tugas, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang responden atau dengan persentase 100%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Bersemangat dalam melaksanakan tugas adalah Sering.

Responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Bersikap positif, yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang responden atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang responden atau dengan persentase 100%. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Bersikap positif adalah Sering.

**Kualitas Pelayanan Kefarmasian**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang Pelanggan terdiri Kualitas Layanan Kefarmasian, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan yang

adalah merupakan pelanggan yang menerima pelayanan kefarmasian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X, yang kemudian dilakukan pengolahan dengan menggunakan SPSS dan diketahui beberapa karakteristik responden sebagai berikut :

**a) Assurance**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan *Assurance* terhadap pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Melayani dengan invormative, responden yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Melayani dengan invormative adalah dengan memberikan jawaban Sering.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Melayani sesuai yang diinginkan memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa semua pelanggan Apotek Apotek Unit Bisnis Depok PT. X Unit Bisnis Depok kdalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Melayani sesuai yang diinginkan.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Responden Apotek X melayani dengan baik dan ramah, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang atau 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Responden Apotek X melayani dengan baik dan ramah adalah dengan memberikan jawaban Sering, jawaban dari responden ini menjadi jawaban paling tinggi.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Responden terampil dan ahli saat melayani, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang atau 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Responden terampil dan ahli saat melayani adalah dengan memberikan jawaban Sering dan jawaban yang dominan.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu: Responden memiliki pengetahuan yang luas, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan

jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu Responden memiliki pengetahuan yang luas adalah dengan memberikan jawaban Sering, menjadi jawaban dari responden yang paling tinggi.

#### **b) Reliability**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kualitas Pelayanan Kefarmasian berdasarkan Reliability terhadap pelanggan Apotek di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Melayani tanpa melakukan kesalahan, responden yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 20 orang atau dengan persentase 20%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 80 orang pelanggan atau dengan persentase 80%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban yang paling banyak pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Melayani tanpa melakukan kesalahan adalah jawaban Sering

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Menyediakan produk yang lengkap, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 9 orang atau dengan persentase 9%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa semua pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering adalah jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden untuk uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Menyediakan produk yang lengkap.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Melayani sesuai yang diharapkan, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 6 orang atau dengan persentase 6%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 94 orang pelanggan atau dengan persentase 94%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Melayani sesuai yang diharapkan adalah dengan memberikan jawaban Sering, dan jawaban dari responden tersebut adalah yang paling tinggi jumlahnya.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Melayani pelanggan dengan detail menjelaskan penggunaan produknya, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase

0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 18 orang atau dengan persentase 18%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 80 orang pelanggan atau dengan persentase 80%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Melayani pelanggan dengan detail menjelaskan penggunaan produknya adalah dengan memberikan jawaban Sering, jawaban dari responden tersebut adalah yang paling tinggi jumlahnya.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu: Layanan dan produk yang diberikan berkualitas, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT.X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu Layanan dan produk yang diberikan berkualitas adalah keseluruhan responden memberikan jawaban Sering.

**c) *Responsiveness***

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kualitas Pelayanan Kefarmasian berdasarkan *Responsiveness* terhadap pelanggan Apotek di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Responden menepati janji sesuai yang seharusnya, responden yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 6 orang atau dengan persentase 6%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 94 orang pelanggan atau dengan persentase 94%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek di PT. X Unit Bisnis Depok dalam memberikan jawaban yang paling banyak pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu jawaban sering.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Responden tanggap membantu pelanggan, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa semua pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering adalah jawaban dari seluruh responden untuk uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Responden tanggap membantu pelanggan.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Responden tanggap menyelesaikan keluhan saya, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang atau dengan

persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Responden tanggap menyelesaikan keluhan saya adalah dengan memberikan jawaban Sering, dan jawaban dari responden tersebut adalah yang paling tinggi jumlahnya.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Responden mampu berkomunikasi dengan baik, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase %, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 18 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT.X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Responden mampu berkomunikasi dengan baik adalah dengan memberikan jawaban Sering, adalah merupakan seluruh jawaban yang diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu: Responden ada dalam memenuhi keperluan pelanggan, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 98 orang pelanggan atau dengan persentase 98%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan dari responden terhadap uraian pertanyaan nomor 5 tersebut.

#### **d) *Tangible***

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kualitas Pelayanan Kefarmasian berdasarkan Tangible terhadap pelanggan Apotek di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Responden berpenampilan bersih, rapih dan menarik, responden yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa seluruh pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X memberikan jawaban Sering untuk uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Responden berpenampilan bersih, rapih dan menarik adalah dengan memberikan jawaban Sering.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Responden memberikan rasa nyaman, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100

orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa semua pelanggan Apotek di Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering untuk uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Responden memberikan rasa nyaman.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Bangunannya bagus dan menarik, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 5 orang atau dengan persentase 5%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 95 orang pelanggan atau dengan persentase 95%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Bangunannya bagus dan menarik adalah dengan memberikan jawaban Sering, dan jawaban dari responden tersebut adalah yang paling tinggi jumlahnya.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Area swalayannya bersih, rapi dan lengkap, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 98 orang pelanggan atau dengan persentase 98%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Area swalayannya bersih, rapi dan lengkap adalah dengan memberikan jawaban Sering, adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu: Kursi tunggunya nyaman, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 6 orang atau dengan persentase 6%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 94 orang pelanggan atau dengan persentase 94%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan dari responden terhadap uraian pertanyaan nomor 5 tersebut.

e) *Emphaty*

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kualitas Pelayanan Kefarmasian berdasarkan *Emphaty* terhadap pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelayanannya merata ke semua pelanggan, responden yang memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa seluruh pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X memberikan jawaban Sering untuk uraian pertanyaan nomor 1 yaitu Pelayanannya merata ke semua pelanggan adalah dengan memberikan jawaban Sering.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Responden mampu mengerti keinginan pelanggan, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 100 orang pelanggan atau dengan persentase 100%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa semua pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering untuk uraian pertanyaan nomor 2 yaitu Responden mampu mengerti keinginan pelanggan.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu: Responden menyambut pelanggan dengan hangat dan ramah, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 3 yaitu Responden menyambut pelanggan dengan hangat dan ramah adalah dengan memberikan jawaban Sering, dan jawaban dari responden tersebut adalah yang paling tinggi jumlahnya.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu: Responden menyapa dengan salam pembuka, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 5 orang atau dengan persentase 5%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 95 orang pelanggan atau dengan persentase 95%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 4 yaitu Responden menyapa dengan salam pembuka adalah dengan memberikan jawaban Sering, adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 5 yaitu: Responden mengakhiri pelayanan dengan salam penutup, responden memberikan jawaban Tidak Pernah adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang

memberikan jawaban Jarang adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kadang-Kadang adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Sering adalah berjumlah 99 orang pelanggan atau dengan persentase 99%. Dari uraian diatas, terlihat jelas bahwa pelanggan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam memberikan jawaban Sering adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan dari responden terhadap uraian pertanyaan nomor 5 tersebut.

## **Kepuasan Pelanggan**

### **a) Harga**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kepuasan Pelanggan berdasarkan Harga di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan merasakan produk yang ditawarkan sesuai dengan harga, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 4 orang atau dengan persentase 4%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 75 orang pelanggan atau dengan persentase 75%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 21 orang atau dengan persentase 21% . Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan tidak ada masalah terhadap harga yang ditawarkan, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 9 orang atau dengan persentase 9%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 71 orang pelanggan atau dengan persentase 71%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 20 orang atau dengan persentase 20% . Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

### **b) Pelayanan**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kepuasan Pelanggan berdasarkan Pelayanan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan merasa minat untuk kembali melakukan layanan, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 62 orang pelanggan atau dengan persentase 62%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 37 orang atau dengan persentase 37%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali

untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan merasakan kenyamanan, kecepatan serta keramahan atas layanan Responden, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 63 orang pelanggan atau dengan persentase 63%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 37 orang atau dengan persentase 37%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

#### c) **Kualitas Produk**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kepuasan Pelanggan Kualitas Produk di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan merasakan keyakinan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 59 orang pelanggan atau dengan persentase 59%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 40 orang atau dengan persentase 40%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan merasakan keyakinan atas layanan Responden karena responden mengerti mengenai obat yang dibutuhkan, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 65 orang pelanggan atau dengan persentase 65%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 34 orang atau dengan persentase 34%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

#### d) **Faktor Emosional**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kepuasan Pelanggan berdasarkan Faktor Emosional di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan merasa puas atas perhatian dan layanan yang diberikan Responden, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang

Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 71 orang pelanggan atau dengan persentase 71%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 28 orang atau dengan persentase 28%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan merasakan bahwa sikap responden yang baik saat berinteraksi, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 65 orang pelanggan atau dengan persentase 65%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 35 orang atau dengan persentase 35%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

e) **Kemudahan**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Kepuasan Pelanggan berdasarkan Kemudahan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan dapat memesan kebutuhan kapan saja dan melalui online maupun offline, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 50 orang pelanggan atau dengan persentase 50%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 48 orang atau dengan persentase 48%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan memahami dengan mudah alur untuk pembelian obat, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 56 orang pelanggan atau dengan persentase 56%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 43 orang atau dengan persentase 43%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

## Loyalitas Pelanggan

### a) *Repeat purchase (kesetian terhadap pembelian produk)*

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Loyalitas Pelanggan terhadap Repeat purchase (kesetian terhadap pembelian produk) di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan menjadikan produk/jasa/layanan perusahaan menjadi prioritas., responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 4 orang atau dengan persentase 4%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 72 orang pelanggan atau dengan persentase 72%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 24 orang atau dengan persentase 24%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan akan kembali dan melakukan pembelian berulang, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 66 orang pelanggan atau dengan persentase 66%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 33 orang atau dengan persentase 33%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

### b) *Retention (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)*

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Loyalitas Pelanggan terhadap Retention (ketahanan terhadap pengaruh yang negative mengenai perusahaan) di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan tetap menggunakan layanan yang sama walaupun ada penawaran yang baik, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 1 orang atau dengan persentase 1%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 13 orang atau dengan persentase 13%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 76 orang pelanggan atau dengan persentase 76%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 10 orang atau dengan persentase 10%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan tidak akan beralih ke apotek lain selain Apotek Unit Bisnis Depok PT.X , responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Kurang

Puas adalah berjumlah 22 orang atau dengan persentase 22%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 64 orang pelanggan atau dengan persentase 64%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 12 orang atau dengan persentase 12%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

c) **Referral (merefereasikan secara total esistensi perusahaan)**

Tabel distribusi jawaban berdasarkan tentang Loyalitas Pelanggan terhadap Referalls (merefereasikan secara total eksistensi perusahaan) di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X tersebut dapat diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 1 yaitu: Pelanggan memberikan kesan positif mengenai layanan Apotek Unit Bisnis Depok PT. X kepada orang lain, responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 76 orang pelanggan atau dengan persentase 76%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 24 orang atau dengan persentase 24%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 1 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Pelanggan yang memberikan jawaban pada uraian pertanyaan nomor 2 yaitu: Pelanggan akan merekomendasikan untuk melakukan pembelian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X kepada orang lain., responden yang memberikan jawaban Sangat Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, yang memberikan jawaban Tidak Puas adalah berjumlah 0 orang atau dengan persentase 0%, responden yang memberikan jawaban Kurang Puas adalah berjumlah 2 orang atau dengan persentase 2%, responden yang memberikan jawaban Puas Sekali adalah berjumlah 73 orang pelanggan atau dengan persentase 73%. Pelanggan yang memberikan jawaban Sangat Puas Sekali adalah berjumlah 25 orang atau dengan persentase 25%. Dari uraian diatas, terlihat bahwa jawaban Puas Sekali untuk uraian pertanyaan nomor 2 tersebut adalah merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

### **Hasil Analisis Bivariat**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap yang terdiri dari 100 responden di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X (terdiri 10 Apotek), yang dilakukan dengan menggunakan lembar pertanyaan (kuesioner). Dari hasil jawaban yang dilakukan oleh responden diketahui beberapa karakteristik responden sebagai berikut :

#### **1. Budaya Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Kefarmasian**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel Budaya Perusahaan terhadap Kualitas Pelayanan Kefarmasian *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.456 (lebih besar dari 0,05), hal ini berarti tidak ada pengaruh antara Budaya Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Kefarmasian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

#### **2. Budaya Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel *Budaya Perusahaan* terhadap Kepuasan Pelanggan *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.620 (lebih

besar dari 0,05), hal ini berarti tidak ada pengaruh antara Budaya Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

### **3. Budaya Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel *Budaya Perusahaan* terhadap Loyalitas Pelanggan *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.129 (lebih besar dari 0,05), hal ini berarti tidak ada pengaruh antara Budaya Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

### **4. Kualitas Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Pelanggan**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan Pelanggan *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti ada pengaruh antara Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

### **5. Kualitas Pelayanan Kefarmasian dan Loyalitas Pelanggan**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel Pelayanan Kefarmasian terhadap Loyalitas Pelanggan *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.003 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti ada pengaruh antara Pelayanan Kefarmasian dan Loyalitas Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

### **6. Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

Setelah dilakukan *Crosstab* Variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti ada pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.

## **Pembahasan**

### **1. Budaya perusahaan dan kualitas pelayanan kefarmasian**

Budaya perusahaan yang dilakukan secara teoretis telah dilakukan secara ideal, namun diduga dalam prakteknya belum berjalan secara ideal dimana, *employee engagement* yang diimplementasikan oleh karyawan Apotek Unit Bisnis Depok PT.X belum berjalan sepenuhnya sehingga pelayanan kefarmasian juga masih belum optimal. Selain itu, rentang waktu antara penyebaran kuesioner dengan waktu sosialisasi tidak terlalu lama sehingga budaya perusahaan baru yang diharapkan belum terimplementasi secara ideal yang mengakibatkan kualitas layanan kefarmasian belum terlaksana secara ideal.

### **2. Budaya perusahaan dan kepuasan pelanggan**

Hasil dari penelitian Gusta Gunawan, Wawan Kurniawan, Khairul Amri, dari output aplikasi SPSS menunjukkan bahwa yang menjadi faktor yang paling berpengaruh bagi pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap PDAM Kota Bengkulu Unit Surabaya yaitu variabel kualitas air (X3) sebesar 0,000, kemudian variabel kontinuitas air (X2) sebesar 0,045, kemudian tekanan air (X1) sebesar 0,233 dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah variabel kualitas pelayanan (X4) sebesar 0,855. Dari uji T diketahui bahwa faktor yang menjadi tolok ukur dari kepuasan pelanggan yang harus mendapat perhatian serius dari PDAM adalah persoalan kualitas air dan kontinuitas air (53).

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan adalah berhubungan dengan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga diduga bahwa pelanggan Apotek PT. X mungkin sudah merasakan karyawan mengimplementasikan budaya perusahaan dengan baik namun merasa kurang puas terhadap kualitas produk maupun harga yang sudah ditawarkan apotek tersebut..

Sehingga dibutuhkan penelitian lanjutan dimensi mana yang memiliki pengaruh agar pihak Apotek Unit Bisnis Depok PT. X mengetahui yang harus diperkuat kedepannya sebagai wadah perbaikan strategi.

### **3. Budaya perusahaan dan loyalitas pelanggan**

Salah satu indikator penentu loyalitas pelanggan adalah pelanggan akan tetap kembali ke Apotek Unit Bisnis Depok PT. X walaupun ada penawaran yang lebih baik salah satunya mengenai harga, jika pada perusahaan ini memiliki kategori harga jual yang lebih ekonomis bila dibandingkan dengan harga jual pada apotek lain memungkinkan menjadi faktor utama yang menjadikan pelanggan untuk kembali. Meskipun karyawan sudah mengimplementasikan budaya perusahaan dengan melayani pelanggan dengan baik dan maksimal. Jika yang menjadi faktor utama kembalinya pelanggan adalah harga, maka kita perlu meneliti kembali faktor utama yang memberi pengaruh terbaik.

### **4. Kualitas Pelayanan kefarmasian dan kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian Ni Made Arie Sulistiwati dan Ni Ketut Seminari bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud. Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Artinya bila dihubungkan dengan hasil hipotesis dalam penelitian ini terlihat bahwa kualitas layanan kefarmasian memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (55).

### **5. Kualitas Pelayanan kefarmasian dan loyalitas pelanggan**

Hasil penelitian dari Luh Ratna Dewi dosen di Universitas Pendidikan Ganesha menyebutkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja (56). Artinya bila dihubungkan dengan hasil hipotesis dalam penelitian ini terlihat bahwa kualitas layanan kefarmasian memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### **6. Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan**

Akan halnya hasil penelitian dari Widyaninggar Resti Husodho terbukti hasilnya bahwa berdasarkan uji korelasi, Uji F dan uji t dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh dari kepuasan pelanggan pada pariwisata loyalitas pelanggan Dumilah Water Park Madiun. Dari berbagai temuan yang ditelusuri maka hasil penelitian penulis ini sulit terbantahkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat signifikan. (57)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

## Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak ditemukannya pengaruh budaya perusahaan PT. X baru terhadap kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.456 (lebih besar dari 0,05).
2. Tidak ditemukannya pengaruh budaya perusahaan PT. X baru terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.620 (lebih besar dari 0,05).
3. Tidak ditemukannya pengaruh budaya perusahaan PT. X baru terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.129 (lebih besar dari 0,05) .
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05).
5. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.003 (lebih kecil dari 0,05).
6. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dimana hasil *Chi-square test* menunjukkan signifikansi p-value sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0,05).

## Saran

Berdasarkan dengan hasil analisis dan kesimpulan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Hendaknya Apotek Unit Bisnis Depok PT. X dalam melakukan penyusunan rencana program kegiatan kerja untuk lebih memperhatikan budaya kerja I CARE seperti melaksanakan sosialisasi kembali, training bagi karyawan dengan penyusunan kategori kriteria karyawan agar berdampak terhadap kualitas pelayanan kefarmasian, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang ada di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.
2. Hendaknya budaya kerja yang ada di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X seperti Inovasi (Innovative), Kolaborasi (Collaborative), (Agile), Tanggung Jawab (Responsible), Antusias (Enthusiastic) lebih dilaksanakan melalui *sop* yang dapat dipraktekkan setiap hari sehingga akan terlatih sebagai *role model* di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X.
3. Hendaknya Apotek Unit Bisnis Depok PT. X mempertahankan kepuasan pelanggan yang ada saat ini sehingga loyalitas pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X juga dapat bertahan dengan melakukan monitoring dan evaluasi berkala.
4. Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Apotek Unit Bisnis Depok PT. X yang ada saat ini, hendaknya Apotek Unit Bisnis Depok PT. X terus mempertajam program kegiatan serta selalu mengevaluasi secara terus menerus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Suliyono. Konsep diri dalam budaya Jawa. *Buletin Psikologi*. 2012; 20(1-2): 26-35.
- Stephen PR, Timothy AJ. *Perilaku organisasi*. Diterjemahkan oleh Diana A. Jakarta: Salemba Empat: 2008, h 256.
- Koentjaraningrat. *Kebudayaan mentalitas dan pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2004, h 13.
- Kimia Farma. Nilai dan budaya [Internet]. 2020 [diperbaharui Februari 2020; diakses 5 Juni 2020]. Diakses dari <https://kimiafarmaapotek.co.id//nilai>.
- Radiany, Rahmadany. Pengaruh budaya organisasi terhadap kualitas pelayanan pada pts di Kalimantan Selatan. *Ekuitas*. 2005; 9(3):303-23.
- Azmi RF, Rahmad H, Nurul A. Relevansi budaya organisasi dan efektivitas sebuah perusahaan: studi pada reshare rabbani cabang Malang raya. *Maqdis*. 2019; 4(1): 103-155.
- Hofstetter H, Harpaz I. Declared versus actual organizational culture as indicated by an organization's performance appraisal. *The International Journal of Human Resource Management*. 2015; 26(4): 1-22.
- Baba A. Pengaruh kompetensi, komunikasi dan budaya organisasi terhadap kinerja responden PT. Semen Bosowa Maros. *Ekuitas*. 2014; 18(4); 524-40.
- Rohaeni H, Nisa M. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. *Pelanggan Jurnal Ecodemica*. 2018; 2(20): 313-318.
- Nyonyie RA, Jhoni AF, Kalang, Lucky F, Tamengkel. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kosmetik wardah di transmarta bahu manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 2019; 9(3): 18-24.
- Yuliat AI, Januar EP. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*. 2016; 11(2): 112-21.
- Anjarwani WD. Kepuasan pasien rawat inap terhadap pelayanan perawat di rsud tugurejo semarang (Tesis). Semarang: Universitas Diponegoro; 2009, h 8.
- Anton PA, AG, Sudiby. Pengaruh Kegiatan Complaint Handling Terhadap Loyalitas Pelanggan: *Journal of Communication Empowerment*; 2020: 2(1): 1-15.
- Hermawan L, Marheni ES. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran bebek h.slamet. *Core*. 2014: 3-10.
- Anugrah R, Jhonny T, Enki PN. Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman barang JNE di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. 2019; 5(2): 160 – 70.
- Krismahariyanto M, Mohamad P. Analisis Pengaruh Budaya 5R dan Kinerja Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indoporlen. *Jurnal Jaring SainTek*: 2019; 1(2) : 61 – 72.
- Ratih Purnama Dewi N. 2018. Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor, ID: Ghalia Indonesia (Skripsi): Jakrata: Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor, ID: Ghalia Indonesia: hal 13.
- Sumarwan, U. *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- Yulia LP, Hardi U. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*. 2017; 10(19): 70-90.
- Dwi Ai. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fisip UI. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*. 2010; 01(01):114-126.

- Kusmayadi T, Slamet H. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dengan switching cost sebagai variabel mediasi. *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*. 2014;4(1):40-45.
- Zuamah. Analisis pengaruh kompetensi teknis, kompetensi sosial, dan kualitas interaksi terhadap kualitas layanan dalam meningkatkan citra perusahaan dan kepuasan konsumen, (Online) [Internet]. 2020 [diperbaharui 2020; diakses 05 Juni 2020]. Diakses dari [Http://Eprints.Undip. Ac.Id/17912/1/ZUAMAH.Pdf](http://Eprints.Undip.Ac.Id/17912/1/ZUAMAH.Pdf).
- Kimia Farma. Pedoman standar perilaku [Internet].2020 [diperbaharui Februari 2020; diakses 10 Maret 2020]. Diakses dari <https://kimiafarma.co.id/index.php?lang=id>.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. *Perilaku Organisasi*, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Jakarta: Salemba Empat.2008.
- Rusydi M. *Customer excellence*. Yogyakarta: Penerbit Gosyen Publishing; 2017 h 17-21.
- Sirhan F, Wahyu W, Agung S. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa: *Jurnal Bisnis dan Manajemen*; 2016: (3):120-32.
- Asree S, Zain M, Razalli MR. Influence of leadership competency & organizational culture on responsiveness & performance of firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; 2010: 22(4): 500-16.
- Radiany Rahmady, MM. Pengaruh budaya organisasi terhadap kualitas pelayanan pada PTS di kalimantan selatan: 2000: 1411-0393.
- Kimia Farma. *Pedoman KPI Kimia Farma*. Jakarta: 2019, h 1-2.
- PT. Kimia Farma Persero: *Surat Keputusan Direksi PT. Kimia Farma Persero Tbk. Tentang Good Corporate Governance*. Jakarta: 2008.
- Kementerian Hukum dan Hak Asazi Manusia. *Peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2009 tentang pekerjaan kefarmasian*. Jakarta: 2009, h 2.
- Kementerian Kesehatan. *Peraturan menteri kesehatan Republik Indonesia nomor 73 tahun 2016 tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek*. Jakarta: 2016, h 5-6.
- Tjiptono dan Fandy, 2011. *Pemasaran Jasa, Anggota IKAPI, Jatim: Banyumedia*. Dikutip dari Prastiwi RD. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (skripsi). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi; 2017, h 12.
- Prita S, Srikandi K, Yusri A. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan coffee shop starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur): *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*; 2014:14(01): 1-8.
- Tjiptono, Fandy. *Service marketing: esensi dan aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis; 2009. h 26.
- Ramdani, D. *Budaya Kualitas sebagai Dasar Layanan Prima*, (Online), Kimia Farma. [Internet] .2020[diperbaharui 2017; diakses 12 Februari 2020] (<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/12687-budaya-kualitas-sebagai-dasar-layanan-prima>).
- Swastha, Basu, Handoko, Hani. *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta : BPFE; 2011.h 3.
- Vernando SW. Pengaruh motivasi, persepsi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil honda di kawasan Kabupaten Kudus[Internet] 2011[diperbaharui November 2011; diakses 12 Desember 2019]. Diakses dari [http://eprints.dinus.ac.id/17607/1/jurnal\\_14922.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/17607/1/jurnal_14922.pdf).
- Ningrum P, Liza P, Gusti N, Anila I. Pengaruh pengetahuan terhadap perilaku swamedikasi di Surabaya: *Jurnal Farmasi Komunitas*; 2014: 1(02): 36-40.

- Gilbert R, Cleopatra V, Mark MH, Goode, Luiz M. Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach. *The Journal Of Services Marketing*. 2004;18(5): 371-83.
- Fornell CA. National Customer Satisfaction Barometer. Dalam: Rusydi M, editor. *Customer excellence*. Yogyakarta (DIY): Gosyen Publishing; 2017. H. 23-21. (The Swedish Experience. *Journal of Marketing*; vol 56).
- Yuliarmi, Ni PR. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar. *Jurnal Pemasaran*. 2007; 12(1): 9-28.
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta. dikutip dari Bodroastuti NT, editor: *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan*. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala:2012, h 10.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga. dikutip dari mashuri, editor: *Analisis dimensi loyalitas pelanggan*. Bengkalis: *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*: 2020, h 56-64.
- Nursalam. *Konsep dan penerapan metodologi penelitian ilmu keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika. 2003.
- Hidayat A. *Metode penelitian kebidanan dan teknik analisa data*. Jakarta: Salemba Medika. 2007.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta; 2014, h 23.
- Ferdinand, Augusty T. “Structural equation modelling dalam penelitian manajemen”, BP Undip : Semarang. 2005.
- Rangkuti AN. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media; 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset; 2008, h 21.
- Harlie M. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2016; 14(02).
- Gunawan G, Wawan K, Khairul A. Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM dengan menggunakan uji statistik. *Jurnal Inersia*. 2013; 05(02).
- Saputra AO, Wahyu H, Sari L. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan [Internet] .2015 [diperbaharui 2015; diakses 24 Agustus 2021] (<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1438007&val=4721&title=pengaruh%20harga%20promosi%20dan%20kualitas%20pelayanan%20terhadap%20kepuasan%20pelanggan%20studi%20pada%20bengkel%20ahass%200002%20astra%20motor%20siliwangi%20semarang>).