



HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN APOTEK SEGER PRIMA KABUPATEN BOGOR

Dewi Indah Kurniawati*, Andriyani Rahmah Fahriati, Siti Novy Romlah, Diah Permata Sari, Lina Nafisah
STIKES Widya Dharma Husada, Tangerang Selatan 15417, Indonesia

ARTICLE INFORMATION	A B S T R A C T
*Corresponding Author Dewi Indah Kurniawati E-mail: dewiindahkurniawati@wdh.ac.id Keywords: Service Quality; Location; Consumer Loyalty	<i>The right service provides satisfaction and loyalty for customers. Pharmacies also need customer loyalty for the sustainability of the company. Loyalty is important considering the tight competition in the pharmaceutical industry, so businesses need to provide superior service in order to be competitive. The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and location on consumer loyalty at Seger Prima Pharmacy, Bogor Regency. The research method used quantitative research. The research design used an analytical survey with a cross-sectional design approach. This research was conducted in February-March 2024 at Seger Prima Pharmacy, Bogor Regency using a questionnaire as a research instrument. The number of respondents in this study was 341 respondents who were taken randomly. Service quality, location and consumer loyalty were measured using a likert scale. The results of the study using the Spearman rank test correlation analysis with a significance level of 0.000 at a confidence level of 0.05 or 95% can be seen that the correlation coefficient value between service quality and consumer loyalty is 0.252. This shows that there is a relationship between service quality and consumer loyalty with a low level of relationship. The correlation coefficient value between location and consumer loyalty is 0.275. This shows that there is a relationship between location and low consumer loyalty. The conclusion of this study is that the quality of service and location are considered very good, and consumer loyalty is very high, the relationship between the quality of pharmaceutical services and consumer loyalty is still low.</i>
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Lokasi; Loyalitas Konsumen	A B S T R A K Pelayanan yang tepat memberikan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggan. Apotek juga memerlukan loyalitas pelanggan untuk keberlanjutan perusahaan. Loyalitas penting mengingat persaingan di industri farmasi yang ketat, sehingga bisnis perlu memberikan layanan unggul agar memiliki daya saing. Tujuan Penelitian untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen di Apotek Seger Prima Kabupaten Bogor. Metode Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Desain penelitian menggunakan survey analitik dengan pendekatan desain <i>cross sectional</i>. Penelitian ini dilakukan pada bulan februari – maret tahun 2024 di Apotek Seger Prima Kabupaten Bogor dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 341 responden yang diambil secara acak. Kualitas pelayanan, Lokasi dan Loyalitas Konsumen diukur dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian menggunakan analisis korelasi spearman rank test dengan taraf signifikansi sebesar

	0.000 pada tingkat taraf kepercayaan 0.05 atau 95% dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,252. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat hubungan yang rendah. Nilai koefisien korelasi antara lokasi terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,275. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen yang rendah. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan lokasi dinilai sangat baik, serta loyalitas konsumen sangat tinggi, hubungan antara kualitas pelayanan kefarmasian terhadap loyalitas konsumen masih rendah.
Manuskrip diterima: 03 01 2025 Manuskrip direvisi: 15 03 2025 Manuskrip dipublikasi: 30 04 2025	http://openjournal.wdh.ac.id/index.php/Phrase/index This is an open access article under the CC-BY-NC-SA license. 
	Copyright © 2025 Dewi Indah Kurniawati, Andriyani Rahmah Fahriati, Siti Novy Romlah, Diah Permata Sari, Lina Nafisah

PENDAHULUAN

Untuk memastikan hidup sehat dan mempromosikan kesehatan bagi semua usia, semua orang harus memiliki akses bebas dan berkualitas tinggi ke layanan kesehatan kapan pun mereka membutuhkannya, tanpa terbatas pada biaya. Dengan demikian, tidak ada lagi orang miskin atau kelompok marginal yang tidak dapat mendapatkan perawatan medis, dan tidak ada lagi masyarakat yang menghadapi kesulitan mendapatkan perawatan medis karena layanan kesehatan yang dibutuhkan tidak tersedia di wilayahnya (Arief et al., 2022). Salah satu pelayanan kesehatan yang tersedia adalah apotek. Apotek juga menjadi fasilitas kesehatan primer yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan apotek juga menjadi tempat praktek kefarmasian bagi Apoteker (Sujono, 2023).

Dalam beberapa dekade terakhir, peran apoteker telah berkembang. Apoteker secara tradisional lebih fokus pada pengeluaran dan pemasukkan obat, sementara interaksi mereka dengan profesional kesehatan lainnya agak terbatas. Dengan secara aktif terlibat dalam perawatan pasien langsung dan berkolaborasi dengan berbagai disiplin perawatan kesehatan, peran apoteker kemudian berkembang untuk memastikan penggunaan obat yang rasional dan hemat

biaya, mendorong hidup sehat, dan meningkatkan hasil klinis (Dalton *et al.*, 2017). Peran ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kefarmasian secara nyata dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Program Indonesia Sehat dan Program Kefarmasian, bekerja sama untuk meningkatkan kualitas pelayanan berbasis tim, mendukung pencapaian standar dan pemenuhan akreditasi, dan meningkatkan kemampuan dan kecukupan tenaga kefarmasian (Kemenkes, 2020).

Pelayanan yang tepat akan memberikan kepuasan dan rasa loyalitas bagi para pelanggan (Maulidya *et al.*, 2019). Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting untuk pengulangan pembelian pada pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat mengakibatkan tumbuhnya keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Jika pelanggan menilai apotek mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan maka pelanggan akan puas dengan produk yang ditawarkan. Kondisi yang seperti ini akan menciptakan hubungan atau ikatan emosional antara pelanggan dengan apotek. Hubungan emosional ini disebut dengan loyalitas pelanggan terhadap suatu apotek (Munish *et al.*, 2019).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survey analitik cross-sectional untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan Kefarmasian) terhadap variabel terikat (Loyalitas Konsumen). Penelitian dilakukan di Apotek Seger Prima, Jl. Raya Salabenda, Bogor, pada Mei - Juni 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang berkunjung ke Apotek Seger Prima pada bulan Maret tahun 2024 dengan jumlah 3.004 konsumen. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Issac Michael sehingga didapat 341 responden. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner tertutup tentang kualitas pelayanan farmasi, Lokasi serta loyalitas konsumen di Apotek Seger Prima Bogor, yang diisi oleh responden.

HASIL

Analisi Univariat

Pada penelitian didapatkan informasi dari kuesioner yang telah dibagikan berupa karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan frekuensi pembelian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Klasifikasi	n	%
Usia		
17 – 25 Tahun	64	18,8 %
26 – 45 Tahun	186	54,5 %
46 – 65 Tahun	91	26,7 %
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	187	54,8%
Perempuan	154	45,3%
Tingkat Pendidikan		
Pendidikan Dasar	93	27,3%
Pendidikan Menengah	141	41,3%
Pendidikan Tinggi	107	31,4%
Pekerjaan		
Tidak Bekerja	116	34,0%
Pelajar / Mahasiswa	53	15,5%
Karyawan Swasta	74	21,7%
Pegawai Negri	34	10,0%
Wirausaha	66	19,4%
Frekuensi Pembelian		
2 - 4 Kali	97	28,4
5 – 7 Kali	135	49,6
> 8 Kali	109	32,0

Sumber : Data Primer, 2024

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Rentang	Jml Responden	%
1	1,00 – 1,78 (Sangat Tidak Baik)	-	-
2	1,80 – 2,59 (Tidak Baik)	-	-
3	2,60 – 3,39 (Kurang Baik)	2	0,6%
4	3,40 – 4,19 (Baik)	41	12,0%
5	4,29 – 5,00 (Sangat Baik)	298	87,4%
Jumlah		341	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui bahwa dari 341 responden sebagian besar responden yang memilih kualitas pelayanan di Apotek Seger Prima dengan kategori sangat baik sebanyak 87,4% atau 298 responden.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi

No	Rentang	Jml Responden	Persentasi %
1	1,00 – 1,78 (Sangat Tidak Baik)	-	-
2	1,80 – 2,59 (Tidak Baik)	-	-
3	2,60 – 3,39 (Kurang Baik)	5	1,5%
4	3,40 – 4,19 (Baik)	83	24,3%
5	4,29 – 5,00 (Sangat Baik)	253	74,2%
Jumlah		341	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui dari 341 responden terdapat sebagian besar responden memilih lokasi di Apotek Seger Prima dengan kategori Sangat Baik sebanyak 89,7% atau 306 responden.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen

No	Rentang	Jml Responden	Persentasi %
1	1,00 – 1,78 (Sangat Tidak Baik)	-	-
2	1,80 – 2,59 (Tidak Baik)	-	-
3	2,60 – 3,39 (Kurang Baik)	2	0,6%
4	3,40 – 4,19 (Baik)	33	9,7%
5	4,29 – 5,00 (Sangat Baik)	306	89,7%
Jumlah		341	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4. dapat diketahui bahwa dari 341 responden lebih dari setengah responden memilih loyalitas di Apotek Seger Prima dengan kategori Sangat Baik (Sangat Loyal) sebanyak 74,2% atau 253 responden.

Analisis Bivariat

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

	Kolmogrov-Smirnov ^a		Sapiro-Wilk	
	Statistic	Df	Statistic	Df
Kualitas Pelayanan	.132	341	0.000	.950
Pemilihan Lokasi	.234	341	0.000	.832
Loyalitas Konsumen	.152	341	0.000	.932

Sumber: Olah Data SPSS 26

Hasil Uji Normalitas yang dilakukan menggunakan Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa ketiga variable yang diuji, yaitu Kualitas pelayanan, Lokasi, dan loyalitas Konsumen tidak berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05.

2. Uji Korelasi *Spearman Rank Test*

Uji korelasi untuk mengetahui tingkat koefisiensi hubungan antar variabel. Uji korelasi *Spearman Rank* digunakan terhadap data yang berbentuk kategorik dan berskala ordinal.

Tabel 6. Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

		Kualitas Pelayanan	Loyalitas Konsumen
Spearman Rho	Kualitas Pelayanan	Correlation	1.000
		Sig.(2 tailed)	.000
		N	341
	Loyalitas Konsumen	Correlation	0.252
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	341

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman Rank* variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen di Apotek Seger Prima Kabupaten Bogor dengan nilai korelasi sebesar 0,252.

Tabel 7. Hubungan antara Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Spearman Rho	Lokasi	Lokasi Loyalitas Konsumen		
		Correlation	1.000	0.275
		Sig.(2 tailed)	.	0.000
		N	341	341
	Loyalitas Konsumen	Correlation	0.260	1.000
		Sig. (2-tailed)	0.000	.
		N	341	341

Sumber: Olah Data SPSS 26

Berdasarkan perhitungan uji *Spearman Rank* variabel Lokasi terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen di Apotek Seger Prima Kabupaten Bogor dengan nilai korelasi sebesar 0,260.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari 341 responden, mayoritas berusia 26–45 tahun (54,5% atau 186 responden), diikuti usia 46–65 tahun

(26,7% atau 91 responden), dan 17–25 tahun (18,8% atau 64 responden). Responden usia 26–45 tahun menempati proporsi tertinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Muthi'ah Armelia (2022), yang menunjukkan kelompok usia 26–45 tahun (25,5%) sebagai kelompok dominan. Usia 26–45 tahun merupakan usia produktif yang lebih sering mengalami masalah kesehatan, memerlukan pengobatan rutin, dan memiliki tanggung jawab keluarga sehingga lebih sering mengunjungi apotek.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 341 responden, lebih dari setengah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 54% atau 185 responden, sedangkan perempuan sebesar 45,3% atau 154 responden. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Muthi'ah Amelia (2022), di mana responden laki-laki juga dominan (54,1%). Menurut Muthi'ah, laki-laki lebih sering berada di ruang publik dibandingkan Perempuan sehingga lebih sering mengunjungi apotek. Laki-laki cenderung mengandalkan apotek untuk kebutuhan obat-obatan daripada berkonsultasi langsung dengan dokter, dipengaruhi oleh peran sosial, budaya, dan persepsi berbeda tentang perawatan kesehatan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari 341 responden, mayoritas berpendidikan menengah (41,3% atau 141 responden), diikuti pendidikan dasar (27,3% atau 97 responden) dan pendidikan tinggi (31,4% atau 96 responden). Temuan ini sejalan dengan penelitian Herni Kurnia (2020), yang menunjukkan mayoritas responden berpendidikan menengah (52%). Responden dengan pendidikan menengah cenderung memiliki pemahaman lebih baik tentang informasi kesehatan, termasuk penggunaan obat-obatan, sehingga lebih percaya diri dalam memilih dan menggunakan obat di apotek.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari 341 responden, proporsi tertinggi adalah yang tidak bekerja (34,0% atau 116 responden), diikuti karyawan swasta (21,7% atau 74 responden), wirausaha (19,4% atau 66 responden), mahasiswa/pelajar (15,5% atau 53 responden), dan pegawai negeri (10,0% atau 34 responden). Temuan ini sejalan dengan penelitian Maulina et al., yang menunjukkan hampir setengah responden tidak bekerja (45,6%), kemungkinan karena lokasi apotek yang dekat dengan pemukiman. Tingginya kunjungan dari responden yang tidak bekerja dapat disebabkan oleh lebih banyak waktu luang,

masalah kesehatan, dan tanggung jawab perawatan keluarga. Hal ini konsisten dengan data usia responden, di mana mayoritas berusia 26–45 tahun, rentang usia dewasa yang sering tidak bekerja atau menjadi ibu rumah tangga.

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Dari 341 responden, mayoritas mengunjungi Apotek Seger Prima 5–7 kali sebulan (49,6% atau 135 responden), diikuti oleh yang berkunjung >8 kali (32,0% atau 109 responden), dan 2–4 kali (28,4% atau 97 responden). Temuan ini sejalan dengan penelitian Teuku Muhammad Haykel (2023), yang menunjukkan proporsi tertinggi frekuensi pembelian 4–7 kali (67,5%). Mayoritas pengunjung adalah pasien lama, kemungkinan karena kondisi kesehatan kronis yang memerlukan pengambilan obat rutin, rekomendasi dokter, atau kebiasaan membeli suplemen dan produk kesehatan di apotek.

Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan pengujian menggunakan analisis korelasi Spearman Rank Test dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,252 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 pada taraf kepercayaan 0,05 atau 95%. Hal

tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen berada pada range 0,20-0,300 yang berarti hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen memiliki tingkat hubungan yang rendah, hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Loyalitas konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga faktor-faktor lain seperti harga, kualitas produk, serta pengalaman pribadi konsumen. Dalam konteks ini, penting bagi apotek segera untuk tidak fokus hanya pada peningkatan kualitas pelayanannya saja, tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Misalnya, strategi pemasaran yang tepat, meningkatkan kualitas obat serta harga yang kompetitif.

Hubungan antara Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan pengujian menggunakan analisis korelasi *spearman rank test* dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara lokasi terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,260 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 pada tingkat taraf kepercayaan 0,05 atau 95%. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan tabel

interpretasi korelasi, lokasi terhadap loyalitas konsumen berada pada rentang 0,20 – 0,300 yang berarti hubungan lokasi terhadap loyalitas konsumen memiliki tingkat hubungan yang rendah.

Apotek harus melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Misalnya, selain lokasi, faktor-faktor seperti kualitas produk, pelayanan, harga, dan promosi juga memainkan peran penting dalam membangun loyalitas konsumen. Integrasi semua faktor ini dalam strategi bisnis akan memberikan hasil yang lebih optimal dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Lokasi yang baik dapat menjadi daya tarik awal bagi konsumen, tetapi loyalitas jangka panjang lebih mungkin dibangun melalui pengalaman positif yang konsisten. Oleh karena itu, apotek harus fokus pada memberikan pelayanan yang unggul dan produk yang berkualitas untuk memastikan bahwa konsumen tidak hanya tertarik untuk datang, tetapi juga kembali lagi dan lagi.

KESIMPULAN

Mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 26–45 tahun (54,3%), berjenis kelamin laki-laki (54,3%), berpendidikan menengah (43,4%), tidak bekerja (32,5%), dan melakukan pembelian 5–7 kali per

bulan di Apotek Seger Prima (36,1%). Kualitas pelayanan apotek dinilai dengan kategori sangat baik sebanyak 87,4% atau 298 responden dan lokasi apotek juga dinilai dengan kategori Sangat Baik sebanyak 89,7% atau 306 responden. Loyalitas konsumen di Apotek Seger Prima dengan kategori Sangat Baik (Sangat Loyal) sebanyak 74,2% atau 253 responden. Hubungan antara kualitas pelayanan kefarmasian dan loyalitas konsumen sebesar 0,252, serta kualitas pelayanan lokasi sebesar 0,260, keduanya menunjukkan tingkat hubungan yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Pasuraman, 2014. *The Behavioral Consequences of Service Quality*, New Jersey : Prentice Hall. Sage Journals of Marketing, Vol 60. Hal 31-46.
- Aditya Nugraha, Maulana, Hasna Syafa Mazida, Bingar Herwono, and Filu Marwati Santoso Putri. 2022. "Analisis Kepuasan Pasien Dalam Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Wonokromo Yogyakarta." Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI). 5(8):943-48.
- Afifah, T. N., Putri, S., Erinaputri, N., Maghfiroh, S. A., Yusuf H. A., Adristi, K., Heri Iswanto, A., Kesehatan, F. I., Masyarakat, K., Pembangunan, U., Veteran, N." & Jakarta,". (2023). Analisis Pengaruh Pemilihan Lokasi Apotek Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Indonesia. Jurnal Ilmu Kesehatan dan Gizi (JIG), 1 (3), 65-77.
<https://doi.org/10.5560/jikg.vli3.1384>
- Agus Dwi Cahya, Ocsalino Damare, & Catur Harjo. (2021). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Warung Padang Upik. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 105–115.
<https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1645>
- Anonim, 2004. 2004. "Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Menteri." <https://iaijatim.id/wpcontent/uploads/2019/11/Permenkes-73-2016-Standar-Pelayanan-Kefarmasian-Di-Apotek.pdf>.
- Arief, hanif, Nugraheni, W. P., Riyadina, W., Wijayanti, E., Purwoko, E., Ahmad, A., Radiwan, Stephanie, N., Rachmawati, T., Suryaputri, I. Y., Hermawan, A., Letelay, A. M., Sitorus, N., Lasut, D., Agustiya, R. I., Kristinnelie, & Kusumajadi, M. (2022). *Kebijakan Pembangunan Kesehatan : Pemerataan Pelayanan Kesehatan Menuju Pondasi Indonesia Emas 2045* (Vol. 1, Issue April).

- <https://www.researchgate.net/publication/369884268>
- Arikunto, Suharsimi. (2014) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 293.
- Armelia, M. 2022. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Jaya Farma Periode Juli 2022 (Skripsi). Tangerang Selatan. Jurusan Farmasi. STIKes WDH
- Dalton, K., & Byrne, S. (2017). Role of the pharmacist in reducing healthcare costs: current insights. *Integrated Pharmacy Research and Practice*, Volume 6, 37–46. <https://doi.org/10.2147/iprp.s108047>
- Dahmiri, & Khalik, I. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. 7(1), 598-605.
- Fauziah, D. W. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Obat terhadap Kepuasan Pasien di Apotek Ben Sehat
- Herrin, N. N. P., & Mashariono. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nindya Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(8), 1–16.
- Hs, R., Ilhamuddin, M., Serip, S., & Kunci, K. (2023). *Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Gofood Dan Grabfood Pada Generasi Milenial*. 9, 393 – 399.
- Ibnu, U., Uis, S., Umar, J. T., Baja, L., Telp, K. B., & Batam, D. P. (2021). Universitas ibnu sina (uis). *Jurnal Jumka*, 1(1), 49–58.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), 191-201
- Kotler dan Keller, 2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Pengukuran Kualitas Layanan. *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- Lubis, N. 2022 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Pemilihan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasiendi Klinik Pratama Bunda Sejati. (Skripsi). Tangerang Selatan. Jurusan Farmasi. STIKes WDH
- Maulina, E. V., Ratnasari, D., & Yunitasari, N. (2023). Swamedikasi di Apotek MK: Studi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pharmascience*, 10(2), 223-234.

- Mukaddas, A., Zubair, M. S., & Yusriadi, Y. (2019). Apotek Pendidikan Tadulako: Implementasi Pharmaceutical Care Secara Professional Pada Lingkup Farmasi Komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(4), 865. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i4.11984>
- Munisih, S., & Malik, D. (2020). Pengaruh Kualitas Obat terhadap Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Apotek Dela Semarang. *Media Farmasi Indonesia*, 14(2).
- Ningrum, E. S., Jayadipraja, J., & Nurzalmariah, W. O. S. (2021). Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien rawat inap umum di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Kendari tahun 2019. *Indonesian Journal of Health and Medical*, 1(2), April. E-ISSN: 2774-5244.
- Notoatmodjo. (2012) Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta Halaman 22
- Permenkes. (2017). Sterkwerkende Geneesmiddelen Ordonnantie, Staatsblad 1949:419); *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 Tentang Apotik*, 1–36.
- Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 *Sistem Pendidikan Nasional*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78. Sekretariat Negara.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan di Bank Muamalat Jombang. STIE PGRI Dewantara Jombang, STKIP PGRI Jombang
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: ALFABETA
- Syifauddin, M. R., Hatta, I. H., & Sarnianto, P. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Di Kecamatan Serang. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 6(2), 243–258. <https://doi.org/10.35814/jrb.v6i2.4640>

- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi. Halaman 89-107
- Vidiarti, R., Mahardian.K, A., & fungie galistiani, G. (2012). the Effect of Service Quality on Customer Loyalty of Mandiri Bank Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 1(1), 157–167.
- Zulkifly, Z. A., Brasit, N., Alhaqqi, M. S., & Adelia, S. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking dengan Pendekatan Metode E-Servqual. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 61–79.
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.21337>