

# **PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP METODE *SERVQUAL* (STUDI PADA APOTEK HG KABUPATEN BANJAR)**

Ari Aulia Rahman<sup>1</sup>, Sulastini<sup>2</sup>, Rahmi Widyanti<sup>3</sup>  
E-mail: [ari.aulia.rahman.apt@gmail.com](mailto:ari.aulia.rahman.apt@gmail.com)

Magister Manajemen Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin

## **ABSTRAK**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari dimensi metode *SERVQUAL* terhadap faktor-faktor kualitas pelayanan yang dilakukan di Apotek HG Kabupaten Banjar. Penelitian ini dilakukan pada pasien di Apotek HG. Metode yang digunakan adalah *Explanatory Research* pada dimensi *Service Quality*. Sampel pada penelitian ini adalah pasien yang datang berkunjung ke Apotek HG dan membeli perbekalan kefarmasian, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan tehnik *Purposive Sampling* pada 40 orang pasien. Data diperoleh dari hasil angket virtual. Tehnik analisis data menggunakan *SPSS 25 for Window's*. Pengujian validitas menggunakan kolerasi *product moment person* dan reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*. Pengujian Hipotesis menggunakan uji T dan uji F, sedangkan uji mencari kualitas pelayanan menggunakan *SERVQUAL*.

.Berdasarkan hasil analisis data diporelah hasil bahwa pada uji validitas dan reliabilitas angket dapat dinyatakan valid dan reliabel, sedangkan hasil pada uji Hipotesis T (uji secara parsial) dan uji F (uji secara simultan) menunjukkan tidak adanya pengaruh baik seacara parsial maupun simultan, pada uji *SERVQUAL* dari kelima dimensi kualitas pelayanan meliputi *Tangiabel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* menunjukkan hasil bahwa Persepsi responden telah memenuhi Ekspetasinya sehingga kualitas pelayanan dapat dinyatakan telah baik.

**Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Apotek**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of the dimensions of the *SERVQUAL* method on the service quality factors at the HG Pharmacy, Banjar Regency. This study was conducted on patients at HG Pharmacy. The method used is *Explanatory Research* on the *Service Quality* dimension. The sample in this study were patients who came to visit the HG Pharmacy and bought pharmaceutical supplies, sampling was carried out using the *Purposive Sampling* technique on 40 patients. Data obtained from the results of a virtual questionnaire. The data analysis technique uses *SPSS 25 for Window's*. Testing the validity of using *product moment person* correlation and reliability using *Cronbach's alpha*. Hypothesis testing uses the *T* test and *F* test, while the test to*

*find service quality uses SERVQUAL. Based on the results of data analysis, the results show that the validity and reliability of the questionnaire can be declared valid and reliable, while the results of the Hypothesis T test (partial test) and F test (simultaneous test) show that there is no effect either partially or simultaneously on the test. SERVQUAL of the five dimensions of service quality including Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy shows that respondents' perceptions have met their expectations so that service quality can be declared to be good.*

**Keywords:** *Quality of service, Pharmacy*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu sarana pelayanan kesehatan yang melakukan bisnis kefarmasian adalah apotek. Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh Apoteker. Pelayanan kefarmasian yang dimaksud adalah suatu pelayanan langsung dan bertanggungjawab kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi/obat dengan maksud mencapai hasil yang pasti untuk meningkatkan mutu kehidupan pasien. Dalam melakukan praktek kefarmasian di Apotek harus sesuai dengan Permenkes nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Standar pelayanan kefarmasian tersebut merupakan tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian. Apabila standar pelayanan kefarmasian dilaksanakan dengan baik maka pasien yang telah berkunjung ke Apotek akan merasa puas dan menjadi pelanggan yang loyal terhadap Apotek. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari suatu keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan. Salah satu cara untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan, yaitu dengan mengidentifikasi seberapa besar tanggapan konsumen mengenai pelayanan yang diterima (*persepsi*) dibandingkan dengan harapan pelanggan (*ekspektasi*), sehingga dapat diketahui kesenjangan (*gap*) dari keduanya. Kepuasan tercapai apabila jasa dan produk yang dipilih dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah metode *SERVQUAL* (*Service Quality*). Metode *SERVQUAL* terdiri dari lima dimensi yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. *Tangible* pada apotek adalah penampilan sarana dan prasarana serta keadaan lingkungan apotek, *Reliability* pada apotek adalah kemampuan karyawan apotek dalam memberikan pelayanan *Responsiveness* pada apotek adalah kemampuan karyawan apotek untuk memberikan pelayanan responsif kepada pasien, *Assurance* pada apotek adalah kemampuan karyawan apotek untuk menumbuhkan rasa percaya pasien melalui pengetahuan dan kesopan-santunan melalui komunikasi dan kompetensi *Empathy* pada apotek adalah perhatian yang tulus yang diberikan kepada pasien. COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernafasan akut corona virus tipe-2, pandemi COVID-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020 dan di Kalimantan Selatan pada tanggal 22 Maret 2020. Hal tersebut mengakibatkan lumpuhnya ekonomi masyarakat

yang dirasakan hampir di semua sektor bisnis termasuk bisnis apotek. Salah satu Apotek yang merasakan dampak tersebut adalah Apotek HG. Apotek HG beroperasi pada tanggal 1 Maret 2020 di Jalan Pemurus No.6 RT.9 RW.3 Kelurahan Kertak hanyar 1, Kecamatan Kertak hanyar, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Selama beroperasi dari tanggal 1 Maret 2020 hingga 31 Maret 2021 di masa Pandemi COVID-19, pendapatan Apotek HG mengalami gejala naik-turun, hingga masuk ke Tahun 2021 terjadi penurunan yang sangat drastis. Oleh karena itu Apotek dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan, terlebih pada kondisi pandemi COVID-19 sekarang dimana keadaan ekonomi semakin memburuk, pelaku usaha dan masyarakat pun memiliki akses terbatas, dengan keadaan tersebut mengkondisikan pasien harus mendapatkan pelayanan yang efektif dan praktis disertai informasi yang akurat dan kredibel tanpa melupakan protokol kesehatan dan anjuran pemerintah. Pelayanan yang baik sangat membantu dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan. Keadaan tersebut menjadi tantangan besar bagi seluruh karyawan Apotek khususnya bagi Apoteker Pengelola Apotek yang menjadi Penanggungjawab utama di Apotek. Berdasarkan hal tersebut maka perlu diteliti bagaimana kualitas pelayanan pada Apotik HG berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya,

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Model kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1989, 1990, 1991, 1993, 1994). Model yang dikenal pula dengan istilah Gap Analysis Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Oliver, 1977). Rancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada sebuah atribut lebih besar daripada ekspektasi atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas layanan akan positif dan sebaliknya (Tjiptono, 2017: 179).

Metode service quality (SERVQUAL) membagi kualitas layanan ke dalam 5 (lima) dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman (1985: 41-50), yaitu:

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) *Reliability*, atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang

sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

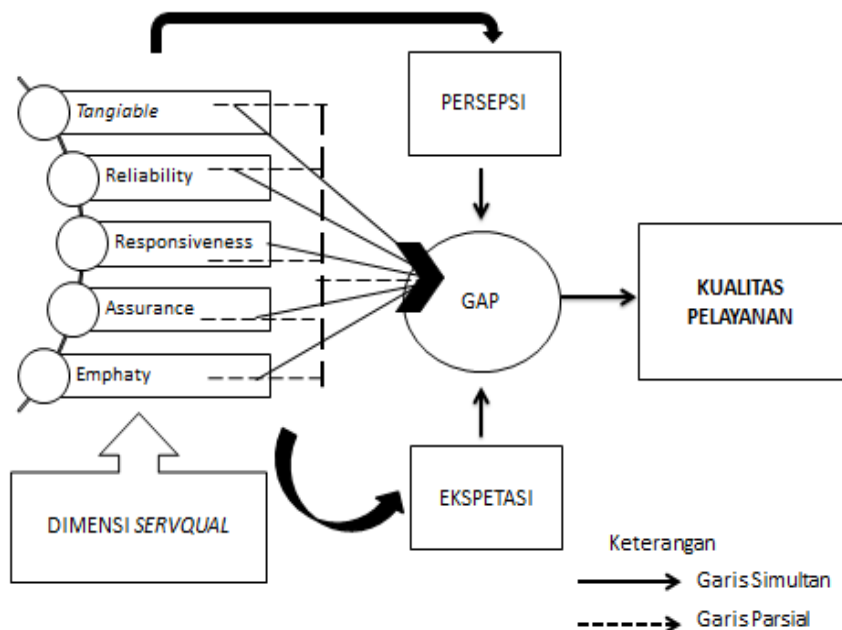
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan, yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberi pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam pelayanan.
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah merupakan tingkatan dimana apa yang diperoleh individu dengan apa yang diharapkan (Widyanti, R., 2021)

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk dalam bentuk barang atau jasa selalu ingin konsumen atau pelanggan merasa puas dengan layanan yang ditawarkan (Widyanti, R., 2018)

Menurut Gasperz (Chang dan Huang, 2006), pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karenanya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Sementara menurut Kotler (2005) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) dibandingkan dengan harapan. Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah perilaku pembelian di tempat dan waktu tertentu.



**Gambar: Model Konseptual Penelitian**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif *explanatory research*, yaitu menguji pengaruh antar variabel (Basuki, 2021). Dalam hal ini yaitu menguji pengaruh variabel di 5 Dimensi *SERVQUAL* terhadap kualitas pelayanan kepada pelanggan (pasien) di Apotek HG Kabupaten Banjar Tehnik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan yaitu *Purposive Sampling*, dengan kriteria pria/wanita, umur  $\geq 17$  tahun, melakukan pembelian perbekalan kefarmasian di Apotek Hg dan bersedia menjadi responden. Pada penelitian ini, cara menentukan jumlah sampel penelitian menggunakan tabel Cohen Manion dan Morrison dan berdasarkan taraf keyakinan 95%. Sampel/responden yang digunakan adalah sebanyak 40 orang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, pengumpulan data didapatkan dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa kuesioner digunakan untuk mengetahui gambaran dimensi-dimensi kualitas pelayanan kafarmasian yang diharapkan, dianggap penting, dan yang memiliki kinerja cukup baik menurut model kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) di Apotek HG sesuai dengan kondisi alamiah. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari buku, jurnal dan dokumen lainnya. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara Observasi pada Apotek, Penyebaran kuisisioner dengan menggunakan kode *QR* beserta *Link*, Tehnik Analisis data pada penelitian ini adalah menguji hasil dari kuisisioner menggunakan *SPSS 25 for Window's* dengan Analisis Dekskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Hipotesis dan Pengujian Metode *SERVQUAL*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuisioner maka karakteristik dari responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 Kriteria Responden Berdasarkan Umur**

No.	Usia Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	17 – 25 Tahun	9	22.5
2	26 – 31 Tahun	14	35
3	32 – 43 Tahun	6	15
4	44 – 53 Tahun	7	17.5
5	≥ 54 Tahun	4	10
Jumlah		40	100

Sumber: Diolah 2021

**Tabel 2 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	9	22.5
2	Perempuan	31	77.5
Total		40	100

Sumber: Diolah 2021

**Tabel 3 Deskripsi Jawaban Kuisioner Responden Bagian Ekspektasi**

No	Item	Frekuensi										Mean	EKSPETASI
		STM		TM		N		M		SM			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Tangible	0	0	0	0	32	80	8	20	0	0	3.2	
2	Reliability	0	0	0	0	31	77.5	4	10	5	12.5	3.35	
3	Responsiveness	0	0	0	0	28	70	12	30	0	0	3.3	
4	Assurance	0	0	0	0	28	70	8	20	4	10	3.4	
5	Emphaty	0	0	0	0	26	65	0	0	14	35	3.7	
GRAND MEAN											3.39		

Sumber: Diolah 2021

**Tabel 4 Deskripsi Jawaban Kuisioner Responden Bagian Persepsi**

No	Item	Frekuensi										Mean	PERSEPSI
		STM		TM		N		M		SM			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Tangible	0	0	0	0	0	0	31	77.5	9	22.5	4.225	
2	Reliability	0	0	0	0	0	0	20	50	20	50	4.5	
3	Responsiveness	0	0	0	0	0	0	19	47.5	21	52.5	4.525	

4	Assurance	0	0	0	0	0	0	10	25	30	75	4.75	
5	Emphaty	0	0	0	0	0	0	32	80	8	20	4.2	
GRAND MEAN												4.44	

Sumber: Diolah 2021

Dari hasil pengolahan data tersebut maka didapatkan nilai rata-rata jawaban responden pada kuisiomer persepektif persepsi adalah 3,39 sedangkan pada perspektif ekpetasi adalah 4.44.

Selanjutnya dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas terhadap kuisiomer untuk mengetahui kevalidtan dan kereliabilitasan tiap item pertanyaan pada kuisiomer, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas Kuisiomer Persepsi**

	Dimensi	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi	Tangible	P1	0.328	0.312	Valid
		P2	0.328		Valid
		P3	0.328		Valid
		P4	0.328		Valid
	Reliability	P5	0.423		Valid
		P6	0.615		Valid
		P7	0.615		Valid
		P8	0.615		Valid
		P9	0.615		Valid
	Responsiveness	P10	0.399		Valid
		P11	0.399		Valid
		P12	0.399		Valid
		P13	0.399		Valid
	Assurance	P14	0.346		Valid
		P15	0.32		Valid
		P16	0.32		Valid
		P17	0.32		Valid
	Emphaty	P18	0.534		Valid
		P19	0.48		Valid
		P20	0.474		Valid
		P21	0.48		Valid
		P22	0.354		Valid

Sumber: Diolah 2021

Dari hasil pengujian validitas pada kuisiomer perspektif Persepsi dengan diwakili 5 dimensi *SERVQUAL* terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuisiomer tersebut

didapatkan nilai R Hitung yang melebihi nilai R Tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisisioner tersebut telah valid.

**Tabel 6 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Ekspetasi**

	Dimensi	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Ekspetasi	Tangible	E1	0.543	0.312	Valid
		E2	0.543		Valid
		E3	0.543		Valid
		E4	0.543		Valid
	Reliability	E5	0.382		Valid
		E6	0.382		Valid
		E7	0.382		Valid
		E8	0.382		Valid
		E9	0.382		Valid
	Responsiveness	E10	0.769		Valid
		E11	0.898		Valid
		E12	0.898		Valid
		E13	0.898		Valid
	Assurance	E14	0.787		Valid
		E15	0.787		Valid
		E16	0.787		Valid
		E17	0.787		Valid
	Emphaty	E18	0.799		Valid
		E19	0.799		Valid
		E20	0.799		Valid
		E21	0.799		Valid
		E22	0.799		Valid

*Sumber: Diolah 2021*

Dari hasil pengujian validitas pada kuisisioner perspektif Ekspetasi dengan diwakili 5 dimensi *SERVQUAL* terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut didapatkan nilai R Hitung yang melebihi nilai R Tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisisioner tersebut telah valid.

**Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi**

	Dimensi	Indikator	Hasil	cronbach alpha	Keterangan
Persepsi	Tangible	P1	0.713	> 0.6	Reliabel
		P2	0.713		Reliabel
		P3	0.713		Reliabel
		P4	0.713		Reliabel
	Reliability	P5	0.708		Reliabel



		P6	0.700	Reliabel
		P7	0.700	Reliabel
		P8	0.700	Reliabel
		P9	0.700	Reliabel
	Responsiveness	P10	0.709	Reliabel
		P11	0.709	Reliabel
		P12	0.709	Reliabel
		P13	0.709	Reliabel
	Assurance	P14	0.712	Reliabel
		P15	0.713	Reliabel
		P16	0.713	Reliabel
		P17	0.713	Reliabel
	Emphaty	P18	0.706	Reliabel
		P19	0.709	Reliabel
		P20	0.708	Reliabel
		P21	0.709	Reliabel
		P22	0.717	Reliabel

Sumber: Diolah 2021

**Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Ekspetasi**

	Dimensi	Indikator	Hasil	cronbach alpha	Keterangan
Ekspetasi	Tangible	E1	0.753	> 0.6	Reliabel
		E2	0.753		Reliabel
		E3	0.753		Reliabel
		E4	0.753		Reliabel
	Reliability	E5	0.752		Reliabel
		E6	0.752		Reliabel
		E7	0.752		Reliabel
		E8	0.752		Reliabel
		E9	0.752		Reliabel
	Responsiveness	E10	0.749		Reliabel
		E11	0.742		Reliabel
		E12	0.742		Reliabel
		E13	0.742		Reliabel
	Assurance	E14	0.744		Reliabel
		E15	0.744		Reliabel
		E16	0.744		Reliabel
		E17	0.744		Reliabel
	Emphaty	E18	0.738		Reliabel

	E19	0.738	Reliabel
	E20	0.738	Reliabel
	E21	0.738	Reliabel
	E22	0.738	Reliabel

Sumber: Diolah 2021

Dari hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan dari 22 item pertanyaan kuisisioner dari perspektif Persepsi dan Ekspetasi yang mewakili 5 Dimensi *SERVQUAL* disimpulkan telah Reliabel, sehingga dapat disimpulkan penelitian dapat dilanjutkan dan dilakukan pengujian selanjutnya.

Pengujian Hipotesis penelitian dilakukan dengan uji F dan uji T untuk menguji faktor-faktor independent dan dependent terhadap 5 Dimensi *SERVQUAL* dan menjawab Hipotesis apakah terdapat pengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG, adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengujian maka dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil dari setiap dimensi memiliki nilai T hitung yang lebih kecil daripada T Tabel dan nilai Sig yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan yaitu Maka H<sub>0</sub> diterima H<sub>a</sub> ditolak atau bisa dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari bukti fisik (*Tangible*) terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.
- 2) Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari keandalan (*Reliability*) terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.
- 3) Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari cepat tanggap (*Responsiveness*) terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.
- 4) Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari jaminan (*Assurance*) terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.
- 5) Tidak terdapat pengaruh secara parsial dari empati (*Emphaty*) terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.

**Tabel 9 Hasil Uji F**

	Variabel Independent	Variabel Dependent	DIMENSI	F Hitung	F Tabel	Keterangan
	Uji F (Simultan)	PERSEPSI	EKSPETASI	Tangible 1	1.267	4.1
Tangible 2				1.267	Tidakadapengaruh	
Tangible 3				1.267	Tidakadapengaruh	
Tangible 4				1.267	Tidakadapengaruh	
Reliability 1				0.2	Tidakadapengaruh	
Reliability 2				0.538	Tidakadapengaruh	
Reliability 3				0.538	Tidakadapengaruh	
Reliability 4				0.538	Tidakadapengaruh	
Reliability 5				0.538	Tidakadapengaruh	

		Responsiveness 1	0.224	Tidakadapengaruh
		Responsiveness 2	0.035	Tidakadapengaruh
		Responsiveness 3	0.035	Tidakadapengaruh
		Responsiveness 4	0.035	Tidakadapengaruh
		Assurance 1	1.187	Tidakadapengaruh
		Assurance 2	1.626	Tidakadapengaruh
		Assurance 3	1.626	Tidakadapengaruh
		Assurance 4	1.626	Tidakadapengaruh
		Emphaty 1	0.963	Tidakadapengaruh
		Emphaty 2	0.22	Tidakadapengaruh
		Emphaty 3	0.026	Tidakadapengaruh
		Emphaty 4	0.22	Tidakadapengaruh
		Emphaty 5	1.9	Tidakadapengaruh

Sumber: Diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan maka di dapatkan F Tabel untuk uji F adalah sebesar 4,10 dan pada dimensi *Tangible* 1, 2, 3 dan 4 memiliki nilai F hitung sebesar 1,267. Pada dimensi *Reliability* 1 memiliki nilai F hitung sebesar 0,200 dan pada dimensi *Reliability* 2, 3, 4 dan 5 memiliki nilai F sebesar 0,538. Pada dimensi *Responsiveness* 1 memiliki nilai F sebesar 0,224 dan pada dimensi *Responsiveness* 2, 3 dan 4 memiliki nilai F sebesar 0,035. Pada dimensi *Assurance* 1 memiliki nilai F 1,187 dan pada dimensi *Assurance* 2, 3 dan 4 memiliki nilai F 1,626. Pada dimensi *Emphaty* 1 memiliki nilai F 0,963 , pada dimensi *Emphaty* 2 memiliki nilai F 0,220 , pada dimensi *Emphaty* 3 memiliki nilai F 0,026 , pada dimensi *Emphaty* 4 memiliki nilai F 0,220 dan pada dimensi *Emphaty* 5 memiliki nilai F 1,900. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh secara simultan baik dari dimensi *Tangiabel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kualitas pelayanan di Apotek HG Kabupaten Banjar.

**Tabel 10 Perhitungan Uji SERVQUAL**

NO.	DIMENSI	SKOR PERSEPSI	Jumlah Pertanyaan	Hasil	SKOR EKSPETASI	Jumlah Pertanyaan	Hasil	GAP	Keterangan	Ranking
1	Tangiabel	676	4	169	512	4	128	41	Positif	4
2	Reliability	884	5	176. 8	670	5	134	42.8	Positif	3
3	Responsiveness	724	4	181	540	4	135	46	Positif	2
4	Assurance	757	4	189. 25	544	4	136	53.2 5	Positif	1
5	Emphaty	831	5	166. 2	740	5	148	18.2	Positif	5

Sumber: Diolah 2021

Dari jawaban responden dan hasil perhitungan *SERVQUAL* dimensi *Emphaty* dengan *gap* 18,2 menunjukkan nilai yang lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya dan dapat dianggap tidak signifikan, di dunia kefarmasian dimensi *Emphaty* pada Metode *SERVQUAL* memiliki makna yang sama dengan *Care Giver* pada *9-Star Pharmacy* di ilmu etika profesi Apoteker. Pelayanan kefarmasian yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan No.73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek dan regulasi lainnya sudah merujuk bahwa pelayanan yang diutamakan adalah *Patient Oriented* yaitu pelayanan kefarmasian oleh suatu fasilitas pelayanan kefarmasian harus mengutamakan kebutuhan pasien, baik dalam segi pelayanan perbekalan kefarmasian maupun edukasi obat-obatan. Dalam hal tersebut dimensi *Emphaty* pada Metode *SERVQUAL* dan *Care Giver* pada *9-Star Pharmacy* merupakan bagian dari *Patient Oriented* dimana seharusnya sudah menjadi standar pada pelayanan kefarmasian untuk melayani pasien dengan hati dan memenuhi kebutuhan pasien mengenai obat-obatan, pada kasus yang diteliti oleh peneliti pada Apotek HG yaitu rendahnya nilai pada dimensi *Emphaty* kemungkinan disebabkan oleh sedikitnya sumber daya manusia (jumlah karyawan) yang tersedia dalam melayani pasien dimana permintaan serta jumlah pasien yang banyak tidak berbanding dengan tenaga karyawan yang tersedia, oleh karena itu pada kasus pada penelitian di Apotek HG hendaknya dilakukan analisis beban kerja dan bila memungkinkan untuk menambah personil karyawan 1 orang Apoteker pendamping, dikarenakan kompetensi seorang Apoteker yang handal dalam penanganan dan pelayanan kefarmasian kepada pasien sehingga akan lebih menunjang kinerja Apotek HG serta mampu meningkatkan pelayanan pada dimensi *Emphaty* dan *Care Giver* sehingga tercapainya tujuan *Patient Oriented*.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pengumpulan data responden berdasarkan umur maka dapat diketahui bahwa Responden (Pasien) yang mengisi kuisisioner penilaian kualitas pelayanan Apotek HG sebanyak 40 orang yang berumur 17-25 tahun sebanyak 9 orang (22,5%), 26-31 tahun sebanyak 14 orang (35%), 32-43 tahun sebanyak 6 orang (15%), 44-53 tahun sebanyak (17,5%) dan yang berumur  $\geq 54$  tahun sebanyak orang (10%).
2. Dari hasil pengumpulan data responden berdasarkan domisili dapat diketahui para Responden (Pasien) yang mengisi kuisisioner kualitas pelayanan Apotek HG sebanyak 33 orang berasal dari Banjarmasin (82,5%), Banjarbaru 6 orang (15%) dan Batola 1 orang (2,5%).
3. Dari hasil pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin maka didapatkan informasi bahwa Responden yang mengisi kuisisioner
4. Apotek HG sebanyak 9 orang (22,5%) adalah laki-laki dan perempuan sebanyak 31 orang (77.5%).
5. Dari hasil pengumpulan data responden berdasarkan kunjungan diketahui sebanyak 13 orang Responden (32.5%) pernah berkunjung ke Apotek dan 27 orang (67,5%) belum pernah berkunjung ke Apotek HG.

6. Penilaian Ekspetasi (Harapan) responden terhadap pelayanan Apotek HG dengan menggunakan metode lima dimensi *SERVQUAL*, dari 40 orang pada dimensi *Tangible* sebanyak 32 orang (80%) menyatakan pelayanan Apotek HG sudah Cukup memuaskan dan 8 orang (20%) menyatakan Memuaskan sehingga dapat dihitung nilai rata-ratanya yaitu sebanyak 3,2. Pada dimensi *Reliability* sebanyak 31 orang (77,5%) menyatakan Cukup memuaskan, 4 orang (10%) menyatakan Memuaskan dan 5 (12,5%) orang menyatakan Sangat memuaskan dan nilai rata-rata untuk *Reliability* adalah 3,35. Pada dimensi *Responsiveness* sebanyak 28 orang menilai Cukup memuaskan (70%) dan 12 orang (30%) menyatakan Memuaskan sehingga dapat dihitung nilai rata-ratanya adalah 3,3. Pada dimensi *Assurance* sebanyak 28 orang (70%) menyatakan Cukup memuaskan, 8 orang (20%) menyatakan Memuaskan dan 4 orang (10%) menyatakan Sangat memuaskan sehingga dihitung nilai rata-ratanya adalah 3,4. Pada dimensi *Emphaty* sebanyak 26 orang (65%) menyatakan Cukup memuaskan dan 14 orang (35%) menyatakan Sangat memuaskan sehingga di dapatkan nilai rata-rata sebanyak 3,7. Total rata-rata nilai dari 5 dimensi tersebut (*Grand Mean*) pada sisi Ekspetasi adalah 3,39.
7. Penilaian Persepsi responden terhadap pelayanan Apotek HG dengan menggunakan metode lima dimensi *SERVQUAL*, dari 40 orang pada dimensi *Tangible* sebanyak 31 orang (77,5%) menyatakan Memuaskan dan sebanyak 9 orang (22,5%) menyatakan Sangat memuaskan sehingga dapat dihitung nilai rata-ratanya yaitu sebanyak 4,225. Pada dimensi *Reliability* sebanyak 20 orang (50%) menyatakan Memuaskan dan 20 orang (50%) orang menyatakan Sangat memuaskan dan nilai rata-rata untuk *Reliability* adalah 4,5. Pada dimensi *Responsiveness* sebanyak 19 orang (47,5%) menilai Memuaskan dan sebanyak 21 orang (52,5%) menilai Sngat memuaskan sehingga dapat dihitung nilai rata-ratanya adalah 4,525. Pada dimensi *Assurance* sebanyak 10 orang (25%) menyatakan Memuaskan dan 30 orang (75%) menyatakan Sangat memuaskan sehingga dihitung nilai rata-ratanya adalah 4,75. Pada dimensi *Emphaty* sebanyak 32 orang (80%) Memuaskan dan 8 orang (20%) menyatakan Sangat memuaskan sehingga di dapatkan nilai rata-rata sebanyak 4,2. Total rata-rata nilai dari 5 dimensi tersebut (*Grand Mean*) pada sisi Persepsi adalah 4,44.
8. Hasil uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) maka dapat disimpulkan bahwa dari setiap dimensi *Tangiabel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* tidak memiliki pengaruh secara parsial.
9. Hasil uji Hipotesis secara Simultan (Uji F) maka dapat disimpulkan bahwa dari setiap dimensi *Tangiabel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* tidak memiliki pengaruh secara simultan.
10. Hasil pengujian *SERVQUAL* setiap dimensi *Tangiabel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* didapatkan nilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pelayanan yang diberikan oleh Apotek HG dan dinilai secara langsung oleh pasien/responden (Persepsi) telah memenuhi Ekspetasi dari pasien/responden tersebut. dapat diurutkan bahwa pelayanan dari segi Jaminan (*Assurance*) menduduki peringkat pertama, pelayanan dari segi Ketanggapan (*Responsiveness*) menduduki peringkat kedua, pelayanan dari segi Keandalan (*Reliability*) menduduki peringkat ketiga, pelayanan dari

segi Bukti Fisik (*Tangiabel*) menduduki peringkat keempat dan pelayanan dari segi Empati (*Emphaty*) menduduki peringkat kelima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan dari Apotek HG sudah baik namun untuk dapat dipertahankan dan ditingkatkan kembali.

## REFERENSI

- Azri, H. Al, & Nio, S. R. (2019). Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Apotek Annisa Di Lubuk Basung. *Jurnal Riset Psikologi*, 000, 1–12. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/7575>
- Basuki, 2021, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.
- Herlina, R. L., & Tugiono, J. (2020). *Kepuasan Pelanggan Apotek Rf Bandung. 2019*, 27–33.
- Junusi, R. El. (2020). Digital Marketing During the Pandemic Period; A Study of Islamic Perspective. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5717>
- Kemendes No 9, 2017. (2017). Sterkwerkende Geneesmiddelen Ordonnantie , Staatsblad 1949:419); *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 Tentang Apotik*, 1–36.
- Mas'ud. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model Servqual (Studi Kasus Pada Tiga Apotek). *Pharmaceutical Sciences and Research*, 6(2). <https://doi.org/10.7454/psr.v6i2.3436>
- Mesran, Sulaiman, O. K., Wijoyo, H., Putra, S. H., Watrionthos, R., Sinaga, R., Mardiana, R., Saragih, M. G., & Indarto, S. L. (2020). *Merdeka Kreatif di Era Pandemi Covid-19 Suatu Pengantar*.
- Narendra, M. P., Skarayadi, O., Duda, M., & Adirestuti, P. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika Jurnal Ilmiah Farmasi*, 5(1), 31–37. <https://doi.org/10.26874/kjif.v5i1.116>
- Nurhayati, R. (2018). *Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Apotek Zahra Ngawi Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL)*.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Putra, O. N. (2019). Kepuasan Pasien Penyakit Kronik terhadap Pelayanan Resep di Apotek Daerah Pesisir Surabaya. *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia*, 8(1), 1–5. <https://doi.org/10.51887/jpfi.v8i1.779>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Wardana, R. R., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., & Surakarta, U. M. (2021). *Kualitas Pelayanan Apotek Avicenna Farma Tawangmangu Menggunakan Konsep Service Quality ( Servqual ) Dan Importance Performance Analysis (*

*Ipa* ).

Widyanti, Rahmi, 2018, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah), *Prosiding Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, Unissula, Semarang.

Widyanti, Rahmi, 2021, *Perilaku Organisasi: Teori dan Konsep*, Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung

Zheng, S. qian, Yang, L., Zhou, P. xiang, Li, H. bo, Liu, F., & Zhao, R. sheng. (2021). Recommendations and guidance for providing pharmaceutical care services during COVID-19 pandemic: A China perspective. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 17(1), 1819–1824. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.03.012>