

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI APOTEK WAGAS AMUNTAI
TENGAH HULU SUNGAI UTARA**

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat – Syarat Guna Meraih Gelar Diploma 3 (D3)
Pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai



OLEH

FAUZIAH

NPM : 202210

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI**

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DIAPOTEK WAGAS AMUNTAI
TENGAH HULU SUNGAI UTARA**

OLEH

FAUZIAH

NPM : 202210

Telah Diujikan Pada Tanggal

24 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Nurul Hasanah S.Pd, MM, CPSM

NUPTK. 3358765666230230

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Wagas Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara

Fauziah ¹, Nurul Hasanah ²

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: geafauziah230@gmail.com, nurularief2024@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Wagas, Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik penarikan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling* dengan populasi tidak diketahui secara pasti, dan ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan asumsi tingkat kepercayaan 95%, menghasilkan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana untuk melihat hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan), berdasarkan teori SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry dan teori kepuasan pelanggan oleh Kotler & Keller).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,337. Dimensi paling dominan adalah daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*). Penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa kualitas pelayanan secara nyata memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi pengelola apotek dalam meningkatkan dimensi layanan prioritas untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Apotek

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality on customer satisfaction at Wagas Pharmacy, located in Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara. A quantitative approach with a descriptive method was employed. The sampling technique used was purposive sampling due to the unknown total population, and the minimum sample size of 100 respondents was determined using the Lemeshow formula with a 95% confidence level. Data collection techniques included questionnaires, observation, and documentation. The data were analyzed using simple linear regression to evaluate the relationship between the independent variable (service quality) and the dependent variable (customer satisfaction), based on the SERVQUAL model by Parasuraman, Zeithaml & Berry and customer satisfaction theory by Kotler & Keller).

The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination (R^2) of 0.337. The most dominant service quality dimensions are responsiveness and assurance. These findings directly address the research problems by demonstrating that improvements in service quality significantly enhance customer satisfaction. The study offers practical implications for pharmacy service management by recommending focused improvements in key service dimensions to foster a more satisfying customer experience.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Pharmacy

PENDAHULUAN

Pelayanan kefarmasian merupakan bagian integral dari sistem layanan kesehatan yang semakin berkembang dari sekadar penyerahan obat menjadi layanan yang menekankan komunikasi, edukasi, dan kepuasan pelanggan. Pelayanan kefarmasian merupakan bagian integral dari sistem layanan kesehatan yang terus berkembang dari sekadar aktivitas penyerahan obat menjadi bentuk layanan yang lebih berorientasi pada pasien. Layanan ini kini mencakup aspek komunikasi, edukasi, dan kepuasan pelanggan sebagai indikator kinerja utama. Dalam perspektif *service quality*, Zeithaml, Parasuraman, dan Berry mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan suatu layanan, yang dibentuk melalui perbandingan antara harapan awal dan pengalaman aktual yang diterima. Sementara itu, Kotler dan Keller menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tercapai ketika persepsi atas kinerja pelayanan mampu melebihi ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kedua pendekatan teoritis ini menjadi sangat penting dalam merancang, mengevaluasi, serta meningkatkan mutu pelayanan di fasilitas kefarmasian.

Apotek tidak hanya berfungsi sebagai titik akhir dalam rantai distribusi obat, tetapi juga memegang peran strategis sebagai pusat informasi kesehatan dan pemberi layanan profesional kepada masyarakat. Tantangan umum yang kerap muncul di lapangan, seperti lamanya waktu tunggu, keterbatasan stok obat, serta minimnya komunikasi edukatif antara petugas farmasi dan pelanggan, dapat menjadi faktor penghambat dalam pencapaian kepuasan pelanggan. Standar pelayanan kefarmasian sendiri meliputi manajemen sumber daya, pelayanan resep, promosi kesehatan, serta edukasi kepada pasien. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan yang diberikan menjadi penentu efektivitas dan keberhasilan interaksi antara apotek dan pasien.

Untuk mengukur kualitas pelayanan secara objektif, model SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman et al. banyak digunakan dalam penelitian-penelitian layanan jasa.

Model ini mengelompokkan kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi utama, yaitu: *tangibles* (penampilan fisik fasilitas dan petugas), *reliability* (kemampuan memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan), *responsiveness* (kesigapan dalam melayani pelanggan), *assurance* (kompetensi dan sikap profesional petugas), dan *empathy* (perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan individual pelanggan). Dimensi-dimensi ini membantu mengevaluasi sejauh mana kesesuaian antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima secara nyata.

Lebih lanjut, Kotler dan Keller mengidentifikasi delapan indikator utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk atau layanan, harga, pengalaman pelanggan, harapan pelanggan, ketersediaan dan keandalan, pelayanan pelanggan, kondisi emosional pelanggan, serta citra penyedia layanan. Dalam konteks apotek, indikator-indikator tersebut dapat diwujudkan melalui penyediaan obat yang tepat dan berkualitas, kejelasan informasi terkait penggunaan obat, keramahan petugas, dan suasana pelayanan yang mendukung kenyamanan pasien. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua konsep yang saling terkait dan keduanya harus dikelola secara strategis untuk menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Sejumlah penelitian sebelumnya mendukung hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Ajis Setiawan et al. (2019) menunjukkan bahwa hampir semua dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan serupa diungkap oleh Niken Nanincova (2019) dan Dwi Nathalia, D. & Rozi, F.(2022) yang menegaskan dominasi dimensi *responsiveness* dan *assurance* sebagai faktor utama pembentuk kepuasan pelanggan di sektor jasa, termasuk apotek.

Dalam lingkup lokal, Apotek Wagas di Amuntai Tengah Hulu Sungai Utara menunjukkan pertumbuhan pelanggan yang stabil, namun fenomena pelanggan meninggalkan antrian karena waktu tunggu yang lama menandakan adanya ruang untuk perbaikan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kuantitatif pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Wagas. Dengan pendekatan SERVQUAL, penelitian ini akan mengidentifikasi dimensi pelayanan mana yang paling dominan memengaruhi persepsi pelanggan, serta bagaimana temuan ini dapat dijadikan dasar peningkatan strategi layanan.

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi kognitif dan emosional atas pengalaman layanan. Menurut Kotler et al (2021) dalam penelitian Maulidiah et al (2023) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Dalam konteks apotek, kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas obat, tetapi juga kejelasan informasi, empati petugas, dan kemudahan akses terhadap layanan. Oleh karena itu, mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat relevan dalam upaya meningkatkan mutu layanan dan loyalitas pelanggan di bidang farmasi.

METODE

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Instrumen utama berupa angket kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan dikembangkan dalam bentuk skala Likert 4 poin tanpa opsi netral, untuk mendorong

penilaian tegas dari responden. Observasi dilakukan secara langsung terhadap proses pelayanan di apotek guna mengonfirmasi kesesuaian antara persepsi pelanggan dan kenyataan di lapangan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi administratif dan profil institusi, serta mendukung validitas data sekunder. Sebelum disebarkan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya, dengan hasil menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan valid (signifikansi $< 0,05$) dan reliabel (nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Wagas. Mengingat tidak diketahuinya jumlah populasi secara pasti, maka teknik purposive sampling digunakan untuk menetapkan sampel sebanyak 100 responden. Kriteria pemilihan didasarkan pada tingkat aktivitas pelanggan dan kesediaan untuk terlibat dalam survei. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan asumsi proporsi populasi 0,5 dan margin of error sebesar 9,8%, sehingga menghasilkan jumlah minimum responden yang representatif terhadap populasi sasaran.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan perangkat lunak statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik berupa normalitas dan linearitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi hubungan antara kedua variabel tersebut, sementara koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (kualitas pelayanan) dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen (kepuasan pelanggan). Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan hasil yang akurat dan relevan sebagai dasar peningkatan mutu pelayanan di apotek.

PEMBAHASAN

Penelitian ini secara sistematis menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Wagas, Amuntai Tengah, dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei menggunakan kuesioner tertutup. Hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,337. Nilai ini mengindikasikan bahwa sebesar 33,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, temuan ini secara eksplisit menegaskan bahwa kualitas pelayanan memegang peran penting dan strategis dalam membentuk persepsi serta pengalaman pelanggan terhadap layanan apotek.

Lebih lanjut, hasil ini mengonfirmasi hipotesis utama dalam penelitian bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Signifikansi hubungan ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas di bawah 0,05 dalam uji t, yang memperkuat keabsahan temuan. Ini menjawab secara langsung pertanyaan dalam rumusan masalah pertama dan menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi peningkatan mutu layanan. Kejelasan hubungan antar variabel menunjukkan bahwa investasi pada kualitas pelayanan, baik secara sistem manajerial maupun sumber daya manusia, akan membawa dampak positif terhadap persepsi pelanggan terhadap Apotek Wagas.

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah bahwa dimensi *responsiveness* atau daya tanggap menjadi dimensi paling berpengaruh dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat menghargai kecepatan pelayanan, kesiapan petugas dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan, serta kemampuan petugas dalam memberikan solusi atas kebutuhan mereka. Dalam konteks apotek, di mana pelayanan sering kali bersifat mendesak dan terkait langsung dengan kondisi kesehatan, waktu tunggu yang singkat dan respons yang cepat menjadi indikator utama dari layanan yang berkualitas.

Selain daya tanggap, dimensi *assurance* atau jaminan juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional dari tenaga kefarmasian dalam menyampaikan informasi obat, menjawab pertanyaan medis, serta membangun kepercayaan dengan pasien. Pelanggan merasa lebih aman dan percaya ketika pelayanan diberikan oleh petugas yang memahami tugasnya dan mampu menjelaskan efek obat, dosis, serta interaksi dengan obat lain secara meyakinkan. Penemuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, di mana *assurance* merupakan pilar utama dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan jasa.

Dimensi lain seperti *tangibles* (bukti fisik) dan *reliability* (keandalan) juga memberikan kontribusi, meskipun tidak sebesar *responsiveness* dan *assurance*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih memprioritaskan aspek interaksi langsung dalam pelayanan kesehatan dibandingkan dengan aspek-aspek fisik atau fasilitas penunjang. Kendati demikian, keberadaan fasilitas yang bersih, ruang tunggu yang nyaman, dan penampilan petugas yang rapi tetap menjadi faktor penunjang penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Apotek Wagas dinilai cukup baik dalam hal ini, walaupun masih terdapat ruang untuk peningkatan dari segi kenyamanan fisik seperti tata letak ruang tunggu dan sistem antrian yang lebih efisien.

Secara teoritis, temuan ini menguatkan konsep kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller dalam (Saputra 2023:70) “kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan .Jika kinerja atau hasil produk atau layanan lebih tinggi dari harapan, maka pelanggan akan merasa puas, ini menunjukkan bahwa kepuasan terjadi ketika layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Dalam kasus Apotek Wagas, mayoritas pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi bahkan melampaui ekspektasi mereka, terutama dalam hal kecepatan dan kualitas informasi obat. Ini menandakan bahwa kualitas pelayanan yang prima bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi telah menjadi harapan dasar yang wajib dipenuhi oleh penyedia layanan kesehatan.

Hasil ini juga memperkaya struktur pengetahuan dalam bidang manajemen pelayanan kesehatan, khususnya di sektor farmasi. Model SERVQUAL terbukti aplikatif untuk mengukur kualitas pelayanan di apotek, tetapi penelitian ini memberikan nuansa lokal yang memperkuat urgensi untuk memperhatikan aspek komunikasi interpersonal dalam interaksi antara tenaga apotek dan pelanggan. Dalam konteks masyarakat Amuntai, interaksi sosial yang hangat dan personal sangat dihargai, sehingga aspek *empathy* dalam pelayanan menjadi lebih menonjol dibandingkan penelitian di wilayah perkotaan.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi manajemen Apotek Wagas dalam menyusun strategi peningkatan layanan. Temuan ini menyarankan agar pelatihan yang diberikan kepada tenaga kefarmasian lebih difokuskan pada pengembangan keterampilan komunikasi, manajemen waktu pelayanan, dan pemberian informasi yang efektif.

Selain itu, penting untuk membangun sistem kerja yang memungkinkan layanan cepat tetapi tetap akurat, tanpa mengorbankan kualitas informasi dan keamanan pasien.

Penelitian ini juga membuka ruang diskusi mengenai variabel lain yang belum diteliti, namun sangat mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Misalnya, variabel harga obat, program loyalitas pelanggan, kenyamanan akses digital, hingga reputasi apotek dalam komunitas lokal. Meskipun kualitas pelayanan menjelaskan sebagian besar kepuasan pelanggan, faktor-faktor tambahan ini dapat berinteraksi dan memperkuat pengaruh yang ada. Oleh karena itu, studi lanjutan yang mencakup lebih banyak variabel akan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih layanan apotek.

Dalam kerangka pengembangan teori, hasil penelitian ini mengisyaratkan perlunya modifikasi terhadap bobot masing-masing dimensi dalam model SERVQUAL bila diterapkan di sektor farmasi, khususnya di wilayah semi-perkotaan. Dimensi *responsiveness* dan assurance perlu diberikan porsi penekanan lebih besar karena keduanya menunjukkan pengaruh signifikan dan konsisten terhadap kepuasan pelanggan dalam berbagai studi terdahulu. Hal ini sekaligus menantang generalisasi model yang selama ini bersifat seragam, dan mendorong adaptasi lokal dalam penggunaan model SERVQUAL sebagai instrumen pengukuran.

Sebagai penutup, dapat ditegaskan bahwa pelayanan apotek yang berkualitas tidak hanya ditentukan oleh tersedianya obat atau alat kesehatan, tetapi juga oleh bagaimana interaksi antara pelanggan dan tenaga pelayanan dilakukan secara manusiawi, profesional, dan penuh perhatian. Temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, serta keramahan dan sikap empatik dari tenaga apotek menjadi kunci utama dalam membangun kepuasan pelanggan yang tinggi. Apotek Wagas, dengan memperhatikan hasil penelitian ini, memiliki peluang besar untuk menjadi apotek rujukan di daerahnya apabila mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah terbukti berdampak positif terhadap persepsi dan loyalitas pelanggan.

HASIL

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sasaran penelitian adalah pelanggan aktif Apotek Wagas yang telah melakukan transaksi pembelian, dengan batasan usia minimal 17 tahun, untuk menjamin kapabilitas responden dalam memberikan evaluasi yang rasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Wagas. Mengingat tidak diketahuinya jumlah populasi secara pasti, maka teknik purposive sampling digunakan untuk menetapkan sampel sebanyak 100 responden.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil uji menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,196), artinya butir-butir tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan telah dipahami dengan baik oleh responden. Validitas ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan dalam analisis lanjutan karena telah memenuhi persyaratan kualitas alat ukur.

Setelah dinyatakan valid, instrumen diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Dalam penelitian ini, nilai alpha untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,724, sedangkan untuk kepuasan pelanggan adalah 0,697. Keduanya memenuhi nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam masing-masing variabel adalah reliabel dan konsisten

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan, dilakukan analisis koefisien determinasi. Hasilnya menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,337 atau 33,7%. Ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan menjelaskan 33,7% variasi dalam kepuasan pelanggan, sementara sisanya sebesar 66,3% dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti harga, ketersediaan obat, lokasi, dan loyalitas pelanggan. Nilai ini tergolong moderat, menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan berperan penting, upaya peningkatan kepuasan pelanggan tetap harus mempertimbangkan faktor-faktor lainnya.

Untuk menguji hubungan langsung antara variabel independen dan dependen, dilakukan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi: $Y = 23,486 + 0,522X$, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada kualitas pelayanan akan meningkatkan skor kepuasan pelanggan sebesar 0,522 poin. Koefisien positif ini menunjukkan hubungan searah antara kedua variabel. Nilai konstanta sebesar 23,486 menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada kondisi kualitas pelayanan bernilai nol, meskipun secara praktis kondisi tersebut tidak mungkin terjadi. Namun demikian, konstanta ini tetap berguna dalam membentuk model matematis.

Kemudian, untuk mengetahui signifikansi pengaruh tersebut secara parsial, dilakukan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 7,053 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 0,196 (dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$), serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Wagas. Hasil ini memperkuat model regresi yang digunakan dan secara statistik mendukung hipotesis utama penelitian.

Agar interpretasi dari hasil analisis regresi dapat diterima secara sah, dilakukan uji normalitas terhadap residual. Uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,147, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Dengan demikian, hasil analisis dapat dipercaya dan tidak mengalami bias yang disebabkan oleh penyimpangan distribusi data.

Sebagai pelengkap, dilakukan pula uji linearitas untuk memastikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan benar-benar bersifat linear. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,933 ($> 0,05$), menandakan tidak adanya penyimpangan dari linearitas. Hal ini memperkuat kesesuaian penggunaan model regresi linier sederhana dalam penelitian ini, serta mendukung kesimpulan bahwa setiap peningkatan pada kualitas pelayanan akan berdampak proporsional terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Wagas, Amuntai Tengah. Dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,337, penelitian

ini menunjukkan bahwa sebesar 33,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan di sektor pelayanan kefarmasian.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan) dalam model SERVQUAL merupakan dua faktor paling dominan yang membentuk kepuasan pelanggan. Respons pelanggan terhadap pelayanan cepat, sikap tanggap, serta pemberian informasi obat yang jelas dan akurat memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi positif terhadap apotek. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik atau kelengkapan produk, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh aspek-aspek interaksi manusiawi dan profesionalisme tenaga pelayanan.

Sesuai dengan tujuan penelitian, simpulan ini menjawab bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menjelaskan bahwa peningkatan pada dimensi-dimensi pelayanan tertentu dapat menjadi strategi utama untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Lebih jauh lagi, hasil ini mengarah pada pemahaman bahwa keberhasilan pelayanan di apotek sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara efisiensi, empati, dan kompetensi informasi, yang semuanya tertuang dalam interaksi antara petugas dan pelanggan.

Dari temuan ini berkembang pokok-pokok pikiran baru bahwa dalam konteks pelayanan kesehatan masyarakat di wilayah semi-perkotaan seperti Amuntai, pendekatan *customer-centered care* atau pelayanan yang berfokus pada kebutuhan dan kenyamanan pelanggan harus menjadi strategi utama. Selain itu, perlunya modifikasi terhadap model SERVQUAL juga mulai tampak, di mana dimensi *responsiveness* dan *assurance* harus memperoleh penekanan lebih tinggi dibanding dimensi lainnya dalam sektor pelayanan farmasi. Hal ini membuka kemungkinan pengembangan instrumen pengukuran kualitas pelayanan yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap karakteristik masyarakat lokal.

Dengan demikian, esensi utama dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan tidak hanya menjadi faktor teknis operasional, tetapi juga menjadi fondasi emosional dan psikologis dalam membangun hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan pelanggan. Apotek yang mampu memenuhi aspek teknis dan personal secara seimbang akan lebih berpeluang mempertahankan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, serta mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan kesehatan yang terpercaya di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. et al. 2021. *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Medan*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 7, No. 1, Januari–Juni. STIE LMII Medan. (Online). Tersedia: <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Cahyati Hidayat, R. S. N. & Setiawardani, M. 2017. *Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Riset Bisnis & Investasi*, Vol. 3, No. 2, Agustus. Politeknik Negeri Bandung.
- Cahyati Hidayat, R. S. N. & Setiawardani, M. 2017. *Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Riset Bisnis & Investasi*, Vol. 3, No. 2, Agustus. Politeknik Negeri Bandung. (Online). Tersedia: <https://jurnal.polban.ac.id/an/article/download/930/1064/2534>
- Dewi, L. & Nathania, S. 2018. *Pengukuran Aspek Kepuasan Konsumen Le Fluffy Dessert*. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 2, No. 1, Juni. Politeknik Ubaya. (Online). Tersedia: <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1087>
- Hayati, S. & Saputra, L. A. 2023. *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening pada CV. Jaya Anugrah*. *Business Management*, Vol. 2, No. 1, Februari. Sekolah Tinggi Ilmu Akuntansi Nasional. (Online). Tersedia: <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis>
- Indarti, N. & Pradikto, S. 2024. *Pengaruh Minat dan Bakat Terhadap Kesuksesan Berwirausaha Mahasiswa Darullughah Waddawah (DALWA) Bangil Pasuruan*. *Business and Accounting Education Journal*, Vol. 5, No. 2, hal. 170–186. Universitas Negeri Semarang. (Online). Tersedia: <https://journal.unnes.ac.id/journals/baej>
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Indriyani, D. & Herminingsih, A. 2020. *Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. Mitrasoft Infonet)*. *Jurnal SWOT*, Vol. X, No. 2, Mei. Universitas Mercu Buana. (Online). Tersedia: <https://ejournal.mercubuana.ac.id/index.php/swot>
- Isdianti, H. 2024. *Apa itu Pelanggan? Pengertian, Jenis, & Karakteristiknya*. (Online). Tersedia: <https://www.barantum.com/blog/apa-itu-pelanggan/>
- Manap, A. et al. 2023. *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep Dasar dan Strategi*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. 2023. *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Economina*, 2(3), Maret. Universitas Widyagama Malang. Tersedia: <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina>
- Mulyono. 2019. *Analisis Regresi Sederhana*. BINUS Business School, Program Studi Manajemen. (Online). Tersedia: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana>
- Nabilawati, R. 2023. *Pengaruh Masa Kerja, Pelatihan, dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan PT Yamaha Indonesia)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. (Online). Tersedia: <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/10820>
- Nanincova, N. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. *AGORA*, Vol. 7, No. 2. Universitas Kristen Petra.

- Nanincova, N. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. AGORA, Vol. 7, No. 2. Universitas Kristen Petra. (Online). Tersedia: <https://media.neliti.com/media/publications/287057-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepuas-8824929f.pdf>
- Narayani, I. G. A. 2024. *Pengaruh Waktu Proses, Luasan Area, dan Standar Operasional Prosedur terhadap Level of Service di Bandar Udara*. Palembang: Politeknik Penerbangan Palembang. (Online). Tersedia: <http://repository.poltekbangplg.ac.id/id/eprint/214>
- Nathalia, D. D. & Rozy, F. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan Pasien di Apotek SM Bekasi Timur*. *Jurnal Mitra Kesehatan*, Vol. 4, No. 2. Stikes Mitra Keluarga. (Online). Tersedia: <https://doi.org/10.47522/jmk.v4i2.141>
- Ramadhina, T., Fikri, K., & Hinggo, H.T.S. 2024. *Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Teamwork terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, Vol. 3, No. 2, hlm. 219–242. Universitas Muhammadiyah Riau. (Online). Tersedia: <https://jurnal.umri.ac.id/index.php/JIME/article/view/2702>
- Saputra, H. T. & Putra, B. A. P. 2023. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Bengkel Mobil GAG terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, Vol. 1, No. 2, Desember. Universitas PGRI Argopuro Jember. (Online). Tersedia: <https://jurnal.unipar.ac.id/index.php/jembe/article/view/1555>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia (JSMBI)*, Vol. 9, No. 2, hal. 114–126. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Shavira, A. V. & Febrian, W. D. 2023. *Pengaruh Motivasi Kerja, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sri Rejeki Isman Tbk*. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Volume 2, No. 04, Juli. Universitas Dian Nusantara. Tersedia: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet>
- Silvana, R. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel POP di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. (Online). Tersedia: <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/2870>
- Stawati, V. 2020. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak*. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 7, No. 2. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. (Online). Tersedia: <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/5593>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., & Utami, P. R. 2025. *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan*. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, Vol. 10, No. 1, hlm. 917–932. (Online). Tersedia: <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>