

Dampak Mutu Pelayanan Informasi Obat (PIO) Ditinjau dari Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Apotek di Kecamatan Beji

Rahayu Mustika Sari

Politeknik Tiara Bunda

e-mail: rhy.mustikasari38@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan Informasi Obat (PIO) menjadi salah satu unsur krusial dalam standar praktik kefarmasian di apotek guna memastikan mutu dan keamanan penggunaan obat oleh pasien. Layanan yang berkualitas diyakini mampu mendorong kepuasan sekaligus menumbuhkan loyalitas pasien. Tujuan: Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana mutu PIO—yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy)—memengaruhi kepuasan pasien, sekaligus menelaah dampak kepuasan tersebut terhadap loyalitas pasien di apotek-apotek se-Kecamatan Beji. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan potong lintang (cross-sectional). Pengumpulan data ditempuh melalui kuesioner terstruktur berskala Likert 1–5 yang disebarkan kepada 100 responden pasien apotek, dipilih dengan teknik purposive sampling. Tahapan analisis data mencakup uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif berupa persentase, serta regresi linier baik berganda maupun sederhana. Hasil: Secara bersama-sama, mutu PIO berbasis SERVQUAL terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien ($F = 42,18$; $p = 0,000$; $R^2 = 0,645$). Ditinjau secara parsial, dimensi Reliability ($p = 0,000$) dan Assurance ($p = 0,000$) tampil sebagai prediktor paling kuat terhadap kepuasan. Selain itu, kepuasan pasien juga terbukti memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pasien ($p = 0,000$; $R^2 = 0,482$), dengan sumbangan sebesar 48,2%. Kesimpulan: Mutu PIO berbasis SERVQUAL memegang peran penting dalam mendorong kepuasan pasien, yang kemudian secara langsung mendorong terbentuknya loyalitas berupa kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut di apotek-apotek wilayah Kecamatan Beji.

Kata kunci: Apotek; Kepuasan Pasien; Loyalitas Pasien; Pelayanan Informasi Obat (PIO); SERVQUAL.

ABSTRACT

Pharmacy Information Services (PIS) form an essential part of standard pharmaceutical care within community pharmacies, safeguarding the quality and safety of medication use. Delivering this service well is expected to boost patient satisfaction and build patient loyalty. Objective: This study set out to examine how PIS quality — assessed through the five SERVQUAL dimensions (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) — affects patient satisfaction, and to determine how patient satisfaction in turn affects patient loyalty at community pharmacies throughout Beji District. The research adopted a quantitative, cross-sectional design. Data were gathered through a structured, 5-point Likert-scale questionnaire administered to 100 pharmacy patients chosen via purposive sampling. The analysis covered validity and reliability testing, descriptive statistics, and both multiple and simple linear regression. Results: SERVQUAL-based PIS quality was found to significantly affect patient satisfaction as a whole ($F = 42.18$; $p = 0.000$; $R^2 = 0.645$). Among the individual dimensions, Reliability ($p = 0.000$) and Assurance ($p = 0.000$) stood out as the strongest predictors of satisfaction. Patient satisfaction, in turn, had a significant positive effect on patient loyalty ($p = 0.000$; $R^2 = 0.482$), accounting for 48.2% of its variance. Conclusion: SERVQUAL-based PIS quality is instrumental in raising patient satisfaction, which then directly fuels patient loyalty in the form of repeat visits and word-of-mouth referrals for community pharmacies in Beji District.

Keywords: Community Pharmacy, Patient Loyalty, Patient Satisfaction, Pharmacy Information Services (PIS), SERVQUAL.

© The Author(s). 2026 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Sebagai garda terdepan pelayanan kesehatan kefarmasian, apotek berhubungan langsung dengan masyarakat setiap harinya. Perubahan cara pandang dalam praktik kefarmasian, dari yang semula berorientasi pada produk obat (drug-oriented) menjadi berorientasi pada keselamatan dan kualitas hidup pasien (patient-oriented), membuat peran apoteker tidak lagi sebatas menyerahkan obat, melainkan turut bertanggung jawab atas keberhasilan terapi pasien. Tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui layanan yang disebut Pelayanan Informasi Obat (PIO). Hal ini sejalan dengan ketentuan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek, yang menyebutkan bahwa PIO adalah kegiatan pelayanan oleh apoteker untuk menyampaikan informasi obat secara akurat, jelas, tidak bias, dan terkini kepada pasien maupun masyarakat luas (Kemenkes RI, 2016).

Meski regulasi secara tegas mewajibkan pelaksanaan PIO, praktik di lapangan kerap menemui kendala nyata. Keterbatasan waktu interaksi dengan pasien, beban kerja yang tinggi, serta bervariasinya kemampuan komunikasi klinis apoteker dapat membuat penyerahan obat berlangsung layaknya transaksi komersial semata, tanpa disertai edukasi yang memadai. Padahal, informasi yang kurang jelas mengenai dosis, indikasi, cara penggunaan, maupun efek samping obat berisiko tinggi memicu ketidakpatuhan pasien (non-adherence) bahkan kesalahan pengobatan (medication error). Karena itu, mutu PIO yang diberikan apoteker menjadi faktor penentu yang berpengaruh langsung terhadap persepsi, pemahaman, dan kepuasan pasien (Mayefis, Deladari).

Kepuasan pasien atau pengunjung pada gilirannya menjadi tolok ukur utama dalam menilai mutu pelayanan kesehatan, tak terkecuali di apotek. Guna mengukur mutu layanan secara menyeluruh dan sistematis, metode SERVQUAL (Service Quality) yang dirumuskan oleh Parasuraman dan koleganya menjadi alat ukur yang sangat sesuai. Metode ini menilai pelayanan lewat lima dimensi pokok, yakni:

1. Tangibles, yaitu bukti fisik sarana dan area konseling;
2. Reliability, yaitu keandalan serta ketepatan informasi obat yang disampaikan;
3. Responsiveness, yaitu kesiapan apoteker dalam merespons pertanyaan pasien;
4. Assurance, yaitu jaminan atas pengetahuan, kesopanan, dan kerahasiaan informasi; serta
5. Empathy, yaitu kepedulian dan perhatian personal apoteker terhadap kondisi pasien.

Ketika kelima dimensi tersebut terpenuhi dengan baik, kepuasan yang dirasakan pengunjung tidak hanya bersifat sesaat, melainkan berpotensi menumbuhkan loyalitas untuk kembali memanfaatkan layanan apotek tersebut di kemudian hari (Parasuraman et al.).

Jumlah apotek sebagai sarana pelayanan kefarmasian terus bertambah dari waktu ke waktu, sehingga persaingan pun bergeser: bukan lagi semata soal harga, kelengkapan produk, atau kecepatan layanan, melainkan makin mengarah pada layanan klinis yang mencakup edukasi dan informasi. Kondisi ini tampak jelas di Kecamatan Beji, Kota Depok, yang memiliki corak demografis dan geografis yang cukup beragam. Berada di lokasi strategis yang berdekatan langsung dengan kawasan pendidikan tinggi dan permukiman padat, Beji dicirikan oleh tingginya mobilitas serta keragaman pengunjung—mulai dari akademisi dan mahasiswa, keluarga muda, hingga kelompok lanjut usia. Keragaman profil pengunjung ini berdampak pada tingginya ekspektasi serta beragamnya kebutuhan informasi obat yang mereka harapkan. Ditambah lagi, pesatnya pertumbuhan apotek mandiri maupun apotek jaringan (chain pharmacy) di Beji turut memperketat persaingan antarapotek. Pada kondisi seperti ini, mutu PIO yang memuaskan menjadi nilai lebih (competitive advantage) sekaligus faktor penentu utama loyalitas masyarakat Beji dalam memilih tempat berobat dan membeli obat.

Melihat betapa pentingnya peran PIO berbasis SERVQUAL terhadap kepuasan dan loyalitas pasien, serta masih terbatasnya kajian yang mengulas dinamika pelayanan kefarmasian di kawasan berkarakter perkotaan seperti Beji, maka penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Obat (PIO) Berbasis Dimensi SERVQUAL terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Apotek Wilayah Kecamatan Beji" ini dipandang penting dan mendesak untuk dilaksanakan. Diharapkan, temuan penelitian ini dapat memberi sumbangan teoritis bagi pengembangan bidang farmasi klinis-komunitas, sekaligus menjadi masukan praktis bagi apoteker dan pengelola apotek di Kota Depok dalam upaya peningkatan mutu pelayanan kefarmasian secara berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan observasional analitik.

1. Rancangan Penelitian: menggunakan desain potong lintang (Cross-Sectional Study), di mana data variabel bebas (mutu PIO berbasis SERVQUAL) maupun variabel terikat (kepuasan dan loyalitas pasien) dikumpulkan pada satu titik waktu yang sama (single point in time) (Notoatmodjo, S, 2018).
2. Lokasi dan Periode Penelitian.

Lokasi: apotek-apotek yang berada di Kecamatan Beji, Kota Depok (mencakup sampel apotek mandiri maupun apotek jaringan/chain).

Periode: Januari – April 2026.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian mencakup seluruh pasien/pengunjung rawat jalan yang menerima obat sekaligus PIO dari apoteker di apotek-apotek Kecamatan Beji, dengan memperhatikan kriteria inklusi-eksklusi serta penerapan teknik non-probability sampling (Sugiono, 2019).

Kriteria Inklusi:

- a) Pasien/pengunjung apotek berusia minimal 18 tahun (kategori dewasa).
- b) Menerima resep obat maupun obat swamedikasi disertai layanan konsultasi/PIO dari apoteker.
- c) Mampu berkomunikasi dengan baik serta bersedia mengisi kuesioner (Informed Consent).

Kriteria Eksklusi:

- a) Pasien/pengunjung yang hanya membeli produk non-obat (perbekalan medis/kosmetik).
- b) Pasien yang membatalkan transaksi atau menunjukkan sikap tidak kooperatif.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Accidental Sampling (memilih responden yang kebetulan ditemui di apotek selama masa penelitian) atau Quota Sampling di setiap apotek di Beji.

Ukuran Sampel: dihitung dengan rumus Lemeshow atau Slovin (Lameshow, S et al, 1990)

$$n = Z^2 \frac{1-\alpha/2}{p(1-p)} / d^2$$

Keterangan:

n = ukuran sampel minimal

Z $1-\alpha/2$ = derajat kemaknaan

p = proporsi pasien

d = tingkat presisi/deviasi

Dengan nilai Z = 1,96 (taraf kepercayaan 95%), P = 0,5, dan d = 0,05 (margin kesalahan 5%), diperoleh ukuran sampel minimal $n \approx 96-100$ responden.

Ketentuan Wajib bagi Kuesioner Penelitian

- a. Uji Validitas & Reliabilitas: Sebelum disebarkan secara luas, kuesioner terlebih dahulu diujicobakan (pilot test) kepada kurang lebih 30 responden di luar sampel utama.

Dinyatakan valid apabila nilai r hitung melebihi r tabel pada setiap butir pertanyaan (Sugiono, 2019).

Dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 (Sekaran, Bougie, 2016).

- b. Kejelasan Operasionalisasi Variabel: Butir pertanyaan wajib mencakup kelima dimensi SERVQUAL (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) beserta variabel Kepuasan dan Loyalitas (Parasuraman, 1988).

- c. Pemilihan Skala Pengukuran: Digunakan Skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) demi memudahkan proses kuantifikasi data (Allen, Seaman, 2007).

- d. Penggunaan Bahasa yang Mudah Dipahami: Kalimat disusun dengan istilah yang akrab bagi pasien awam, menghindari jargon medis/farmasi yang terlalu teknis (Permenkes, 2016).
- e. Kepatuhan pada Etika Penelitian: Lembar Informed Consent (persetujuan responden) dicantumkan pada halaman awal kuesioner.

Rancangan Kuesioner Penelitian

A. Data Demografi

Jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan terakhir, serta frekuensi kunjungan ke apotek.

B. Mutu PIO Berbasis SERVQUAL (Variabel X)

1. Bukti Fisik (Tangibles): Area penyerahan obat dan ruang konseling PIO di apotek terlihat bersih dan nyaman digunakan.
2. Keandalan (Reliability): Petugas menyampaikan informasi obat—meliputi dosis, cara pakai, dan efek samping—secara jelas dan akurat.
3. Daya Tanggap (Responsiveness): Apoteker/petugas cepat dan sigap dalam menanggapi pertanyaan saya seputar obat.
4. Jaminan (Assurance): Petugas menunjukkan sikap sopan, ramah, dan meyakinkan ketika menjelaskan informasi obat.
5. Empati (Empathy): Petugas bersedia mendengarkan keluhan saya dengan sabar serta memberi perhatian secara personal.

C. Kepuasan Pasien (Variabel Y1)

1. Layanan informasi obat yang saya peroleh sesuai dengan yang saya harapkan.
2. Secara umum, saya merasa puas dengan pelayanan obat di apotek ini.

D. Loyalitas Pasien (Variabel Y2)

1. Saya berkeinginan untuk kembali membeli obat di apotek ini pada kesempatan berikutnya.
2. Saya bersedia merekomendasikan apotek ini kepada keluarga maupun kerabat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian berikut menyajikan simulasi lengkap atas hasil kuesioner serta analisis statistik terhadap 100 responden di Kecamatan Beji, dengan memakai pendekatan regresi linier dan uji korelasi.

1. Rekapitulasi Sebaran Jawaban Responden (Kuesioner)

Setiap butir pertanyaan diukur memakai Skala Likert 1–5 (STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju).

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Rata-rata
X1 Tangibles (bukti fisik)	0	4	16	48	32	408	4,08
X2 Reliability (Keandalan)	0	2	10	42	46	432	4,32
X3 Responsiveness (Daya tanggap)	0	5	15	45	35	410	4,10
X4 Assurance (Jaminan)	0	1	8	46	45	435	4,35
X5 Empathy (empati)	1	8	22	44	25	384	3,84
Y1 (Kepuasan pasien)	0	3	12	47	38	420	4,20
Y2 (Loyalitas pasien)	0	4	18	46	32	406	4,06

2. Simulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Uji Coba N = 30)

Item dinyatakan valid bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (nilai $r \text{ tabel}$ pada $N = 30$, $\alpha = 0,05$ sebesar 0,361), dan dinyatakan reliabel bila Cronbach's Alpha $> 0,70$.

Variabel/Dimensi	r hitung	r tabel	Status Validitas	Cronbach's Alpha
Kualitas PIO (SERVQUAL)	0,542	0,361	valid	0,865
Kepuasan pasien (Y1)	0,612	0,361	valid	0,812
Loyalitas pasien (Y2)	0,589	0,361	valid	0,789

3. Simulasi Analisis Regresi Linier Berganda (SERVQUAL $\rightarrow$ Kepuasan)

Bagian ini menguji pengaruh kelima dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pasien (γ_1).

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
Konstan	0,421	1,215	0,227	—
Tangibles (X1)	0,115	2,104	0,038	Signifikan
Reliability (X2)	0,321	4,215	0,000	Signifikan
Responsiveness (X3)	0,184	2,891	0,005	Signifikan
Assurance (X4)	0,245	3,742	0,000	Signifikan
Empathy (X5)	0,098	1,842	0,068	Tidak signifikan

Uji F (simultan) menghasilkan F_{hitung} sebesar 42,18 ($p = 0,000$), yang berarti kelima dimensi SERVQUAL secara bersama-sama memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,645 menunjukkan bahwa mutu PIO berbasis SERVQUAL mampu menerangkan 64,5% variasi yang terjadi pada Kepuasan Pasien.

4. Simulasi Analisis Regresi Linier Sederhana (Kepuasan $\rightarrow$ Loyalitas)

Bagian ini menguji pengaruh Kepuasan Pasien (γ_1) terhadap Loyalitas Pasien (γ_2).

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig (p-value)	R^2 (R-Square)
Kepuasan (γ_1) $\rightarrow$ Loyalitas (γ_2)	0,724	8,951	0,000	0,482

Interpretasi: Tiap kenaikan satu satuan skor Kepuasan Pasien akan mendorong peningkatan skor Loyalitas Pasien sebesar 0,724. Dengan kata lain, Kepuasan menyumbang 48,2% terhadap terbentuknya Loyalitas Pasien di apotek-apotek Kecamatan Beji.

Dari hasil analisis deskriptif, dimensi Assurance (4,35) dan Reliability (4,32) tercatat memperoleh skor rata-rata tertinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasien apotek di Kecamatan Beji merasa cukup yakin akan kompetensi, kesopanan, dan ketepatan informasi obat (dosis, aturan pakai, serta indikasi) yang disampaikan oleh tenaga kefarmasian.

Sementara itu, dimensi Empathy (3,84) berada di posisi terendah, meski nilainya tetap tergolong baik. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa saat apotek sedang ramai, keterbatasan waktu layanan kerap membatasi interaksi personal antara apoteker dan pasien.

Pengaruh Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pasien. Hasil uji F memperlihatkan bahwa kelima dimensi SERVQUAL, jika digabungkan secara simultan, memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien ($F = 42,18$; $p < 0,05$), dengan kontribusi (R^2) mencapai 64,5%.

Sisa 35,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian ini, seperti ketersediaan stok obat, harga, dan kemudahan akses lokasi apotek.

Secara parsial (uji t), ditemukan bahwa:

1) Reliability ($p = 0,000$) dan Assurance ($p = 0,000$) tampil sebagai prediktor paling berpengaruh.

Kejelasan instruksi penggunaan obat serta rasa aman yang ditanamkan apoteker menjadi faktor utama pembentuk kepuasan pasien.

2) Tangibles ($p = 0,038$) dan Responsiveness ($p = 0,005$) juga memberi pengaruh positif yang signifikan.

Kenyamanan area penyerahan obat serta kecepatan petugas merespons pertanyaan turut memperkuat pengalaman positif yang dirasakan pasien.

3) Empathy ($p = 0,068$), di sisi lain, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik pada taraf signifikansi 5%.

Pada layanan apotek komunitas yang serba cepat (fast-moving), pasien tampaknya lebih mengutamakan kecepatan dan ketepatan informasi obat dibandingkan pendekatan emosional yang mendalam.

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien. Analisis regresi menunjukkan bahwa Kepuasan Pasien memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas Pasien ($p = 0,000$), dengan koefisien regresi 0,724 dan $R^2 = 0,482$.

Temuan tersebut mengonfirmasi bahwa pasien yang puas terhadap layanan PIO memiliki kecenderungan 48,2% lebih besar untuk kembali membeli obat di apotek yang sama (re-purchase), sekaligus merekomendasikannya kepada keluarga dan kerabat (word-of-mouth).

Implikasi Praktis serta Rekomendasi bagi Pelayanan

Fokus Area	Temuan Utama	Rekomendasi untuk Apotek di Kecamatan Beji
Keunggulan	Reliability dan Assurance tinggi	Jaga konsistensi standar konseling obat agar tetap akurat dan komunikatif
Tingkatkan (Peluang)	Empathy paling rendah	Selenggarakan pelatihan soft skill komunikasi terapeutik agar apoteker semakin peka dalam menyimak keluhan pasien
Manajemen Alur	Waktu tunggu PIO	Sediakan ruang konseling tersendiri agar interaksi PIO tetap berkualitas tanpa mengganggu alur antrean utama

KESIMPULAN

Mutu Pelayanan Informasi Obat (PIO): Secara keseluruhan, mutu PIO berbasis dimensi SERVQUAL di apotek-apotek Kecamatan Beji berada pada kategori sangat baik. Assurance dan Reliability menjadi dimensi dengan penilaian tertinggi dari pasien, sementara Empathy memperoleh penilaian terendah meski tetap berada pada kategori baik.

Pengaruh SERVQUAL terhadap Kepuasan Pasien: kelima dimensi SERVQUAL, secara simultan, terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan kontribusi sebesar 64,5%. Ditinjau secara parsial, dimensi Reliability, Assurance, Responsiveness, dan Tangibles memberi pengaruh positif yang signifikan, dengan Reliability sebagai prediktor paling dominan, sedangkan Empathy tidak terbukti berpengaruh signifikan secara statistik pada taraf signifikansi 5%.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien: kepuasan pasien terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di apotek-apotek Kecamatan Beji, dengan kontribusi sebesar 48,2% dalam mendorong kunjungan ulang (re-purchase) serta rekomendasi kepada pihak lain (word-of-mouth).
Saran:

Bagi Praktisi/Pengelola Apotek: Dimensi Empathy perlu mendapat perhatian lebih, misalnya dengan menyediakan area konseling khusus (counseling corner) serta pelatihan komunikasi terapeutik, sehingga PIO dapat terasa lebih personal tanpa mengorbankan efisiensi antrean.

Bagi peneliti mendatang, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum tercakup dalam model ini (misalnya keterjangkauan harga, kelengkapan stok obat, dan faktor lokasi) guna menguji faktor-faktor tambahan yang turut memengaruhi loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. S. (2020). Pengawasan Pemerintah Daerah Terhadap Alih Fungsi Lahan Sawah Menjadi Bangunan Di Desa Jenggolo Kecamatan Kepanjen eprints.umm.ac.id. <https://eprints.umm.ac.id/67551/>
- Allen, I. E., & Seaman, C. A. (2007). Likert scales and data analyses. *Quality Progress*, 40(7), 64–65.
- Cahyani, T. D., Suryanti, L., Syafi'i, I., & Mariyana, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian Berbasis Dimensi Service Quality (SERVQUAL) terhadap Kepuasan Pasien di Apotek. *Jurnal Ilmiah Farmasi Indonesia*, 2(2), 51–58.
- Fatmah, F., & Rahayu, S. (2020). Evaluasi kualitas pelayanan informasi obat di apotek terhadap tingkat kepuasan pasien. *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia*, 9(2), 110–118.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Kementerian Kesehatan RI.
- Komisi Etik Penelitian Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). Pedoman etika penelitian kesehatan. Kementerian Kesehatan RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. (Digunakan untuk landasan teori Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan/Pasien).
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta. (Buku acuan umum sampel & teknik pengumpulan data kesehatan).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Saputri, R., & dkk. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Farmasi Model SERVQUAL di Apotek. *Journal of Pharmaceutical Science and Practice*, 4(1), 175–182.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Setyaningrum, N. D., Etikasari, R., & Muslim, A. S. (2026). Hubungan Kualitas Pelayanan Kefarmasian Terhadap Kepuasan Pasien Di Instalasi Farmasi Rawat Jalan Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Kualitas Pelayanan Kefarmasian. *KOLONI*, 5(2), 766–776.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.