

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KEWIRAUSAHAAN UMKM RITAIL "APOTEK KOTA BARU" DI BANDAR LAMPUNG

Syahril Daud¹, Aqila Ramandani², Jason Mulyadi³, Trianisa Aldina Fitri⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

¹email: syahril.daud@ubl.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

²email: aqila.21011118@student.ubl.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

³email: Jason.21011143@student.ubl.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

⁴email: trianisa.21011106@student.ubl.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel diambil dari pelanggan yang telah melakukan transaksi minimal dua kali di apotek tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan nilai t-hitung sebesar 18.212 yang lebih besar dari t-tabel 1.984 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 72,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan di apotek dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Rekomendasi untuk pengelola apotek adalah untuk terus meningkatkan mutu layanan agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kewirausahaan, UMKM

ABSTRACT

This study examines the effect of service quality on customer satisfaction at the Kota Baru Bandar Lampung Pharmacy. The research method used is a quantitative approach using a questionnaire as a data collection tool. Samples were taken from customers who had made at least two transactions at the pharmacy. The results of the analysis show that there is a positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction, with a t-count value of 18.212 which is greater than the t-table of 1.984 and a significance value of 0.000 which is less than 0.05. In addition, the coefficient of determination (R^2) shows that 72.2% of customer satisfaction is influenced by service quality. These findings indicate that improving service quality at pharmacies can significantly increase customer satisfaction. The recommendation to pharmacy managers is to continue to improve service quality in order to meet customer expectations and maintain their loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Entrepreneurship, UMKM

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan dengan apotek lokal maupun dengan apotek dari Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC) yang telah berakar di Indonesia menjadi semakin tidak terhindarkan (Narendra et al., 2017). Apotek merupakan salah satu variasi toko eceran yang memiliki berbagai jenis barang, termasuk perbekalan farmasi yang mencakup obat-obatan, bahan kesehatan, serta produk kesehatan lainnya (Mayang Puspita Amara et al., 2024). Apotek juga berperan sebagai sarana penyaluran obat yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan distribusi obat-obatan yang dibutuhkan masyarakat dengan cara yang luas dan merata (Munisih & Soliha, 2015). Salah satu inovasi yang harus dilakukan adalah kemampuan untuk menilai kualitas produk dan pelayanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen akan menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan, sehingga konsumen akan merasa lebih nyaman dan setia saat berkunjung ke toko apotek. Secara umum, pelanggan mengharapkan untuk menerima produk, baik barang maupun jasa, dengan pelayanan yang memuaskan (Armada & Oetoro, 2017). Setiap pelanggan memiliki harapan dan keinginan yang berbeda-beda, yang dapat bervariasi sesuai dengan produk, layanan, dan industri yang bersangkutan. Oleh karena itu, ini menjadi salah satu aspek paling penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan saat merancang rencana strategis pemasaran dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Pandango et al., 2024). Saat ini, semakin banyak perusahaan farmasi yang menyadari betapa pentingnya kepuasan pelanggan dan mulai mengembangkan strategi untuk memastikan pelanggan mereka merasa puas (Roza, 2023). Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang disediakan harus menjadi fokus utama bagi lembaga. Instansi perlu berupaya secara maksimal dalam melayani pelanggan agar mereka merasa puas, sehingga tujuan agensi dapat tercapai (Junaeni et al., 2022).

Adapun rumusan masalah dari judul ini yaitu: Apa saja faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru Bandar Lampung?, Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di apotek tersebut?, Apakah terdapat perbedaan signifikan dalam kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman transaksi mereka di Apotek Kota Baru?

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengukur hubungan antara kualitas pelayanan apotek dan tingkat kepuasan pelanggan. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola apotek untuk meningkatkan pelayanan mereka dan berkontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik dalam bidang kesehatan, khususnya yang berhubungan dengan apotek.

Penelitian ini mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, ketersediaan produk, harga, dan kenyamanan dengan kepuasan pelanggan di apotek. Dalam hal ini, adalah penting untuk mengenali sejauh mana pengaruh masing-masing faktor terhadap kepuasan pelanggan. Dengan mengidentifikasi hubungan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika yang berlangsung di apotek, khususnya di Kota Baru Bandar Lampung. Diharapkan pula bahwa hasil penelitian ini dapat membantu apotek dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang mereka tawarkan.

Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2008:70) dalam (Saputri & Jakfar, 2023) Kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menciptakan keseimbangan antara ketepatan penyampaian layanan dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Kualitas layanan itu sendiri merupakan penilaian kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyedia layanan atau perusahaan yang bersangkutan (Bella et al., n.d.). Saat keinginan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, hal ini akan memberikan dampak positif bagi

perusahaan. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk, maka mereka cenderung akan terus menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut (Tampubolon, 2020).

Menurut Fandy Tjiptono (2014:282) dalam (Saputri & Jakfar, 2023) Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima indikator, yaitu:

- a. Keandalan, yang mencakup kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Responsiveness, yaitu kesediaan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan responsif.
- c. Keselamatan, yang mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan kepercayaan personel, serta terbebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
- d. Empati, yang meliputi kemudahan dalam menjaga hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman terhadap kebutuhan individu pelanggan.
- e. Bukti Fisik (Tangibles), yang meliputi fasilitas fisik, peralatan, staf, dan sarana komunikasi. Kunci keberhasilan kompetitif terletak pada penawaran layanan yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan sekaligus meningkatkan kualitasnya.

Kepuasan Pelanggan Tjiptono (2007) dalam (Novita, 2009) Kepuasan pelanggan adalah suatu evaluasi yang dilakukan secara sadar atau penilaian kognitif terkait dengan seberapa baik atau buruk kinerja produk atau jasa yang ditawarkan, serta apakah produk atau jasa tersebut memenuhi tujuan yang diinginkan. Menurut (Hutasoit, 2011) dalam (Rohaeni & Marwa, 2018) dijelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup kesesuaian dan tingkat kemampuan dalam memanfaatkan karakteristik umum produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Hal ini terkait dengan beberapa atribut atau faktor, seperti kedekatan, perhatian pribadi dari karyawan kepada pelanggan, daya tanggap, keandalan, serta keamanan. Jika kinerja pelayanan memenuhi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas. Harapan tersebut dapat terbentuk dari pengalaman sebelumnya, komentar dari kerabat, janji yang diberikan, serta informasi yang diperoleh dari pemasar dan kompetitor. Pelanggan yang merasakan kepuasan cenderung akan tetap setia pada perusahaan dalam jangka waktu yang lebih lama, menjadi kurang sensitif terhadap harga, dan akan memberikan ulasan positif mengenai perusahaan tersebut.

Menurut Tjiptono (2019) dalam (Fahrani, 2022) terdapat tujuh indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Produk

Pelayanan terhadap produk yang baik hendaknya dapat memenuhi selera dan harapan dari pelanggan. Produk yang dihasilkan oleh produsen harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kriteria penilaian kinerja produk mencakup jenis produk, kualitas produk, dan ketersediaan produk.

- b. Harga

Harga merupakan komponen yang tidak terpisahkan dari produk dan mencerminkan kualitas yang terkandung dalam produk tersebut. Kriteria penilaian harga meliputi tingkat harga, kesesuaian nilai jual produk, serta pemilihan atau variasi harga produk.

- c. Periklanan

Promosi informasi tentang produk dan jasa dilakukan sebagai upaya untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk dan jasa tersebut kepada pelanggan yang menjadi target.

- d. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu atribut perusahaan yang mencakup lokasi perusahaan dan pelanggan. Penilaian atribut lokasi mencakup lokasi perusahaan, serta kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

e. Layanan Karyawan

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan merupakan suatu bentuk respons yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sekaligus menjaga kepuasan pelanggan.

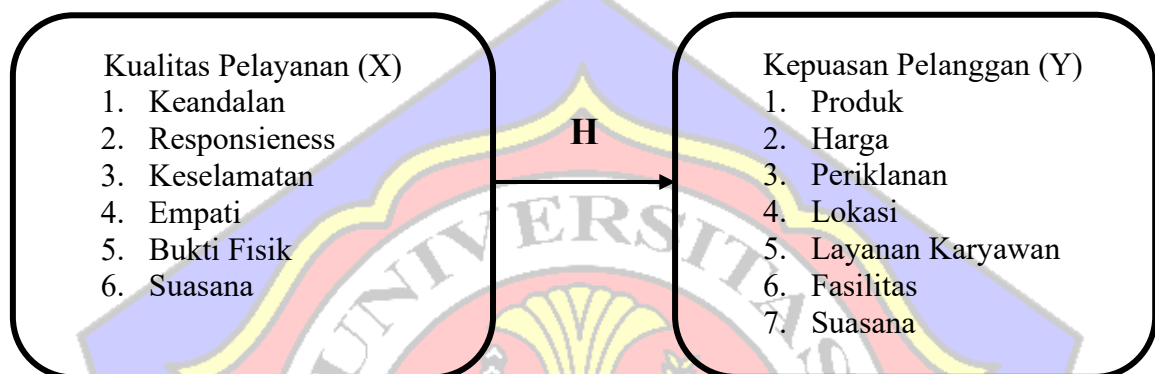
f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berfungsi sebagai perantara yang mendukung kelancaran operasional perusahaan dalam hubungannya dengan pelanggan. Kriteria penilaiannya meliputi penataan barang, penitipan bagasi, dan ruang relaksasi.

g. Suasana

Suasana berperan sebagai faktor pendukung, karena jika perusahaan mampu menciptakan kesan yang positif, pelanggan akan merasakan kepuasan tersendiri. Kriteria penilaiannya antara lain mencakup sirkulasi udara, kenyamanan, dan keamanan.

Kerangka Konseptual



$$Y=a+X1b1$$

Hipotesis

H: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru Bandar Lampung.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menyelidiki hubungan kausal antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru, yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 18, Kota Baru, Kec. Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari semua pelanggan yang berbelanja di apotek tersebut, sedangkan sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria untuk pengambilan sampel mencakup nasabah yang telah melakukan setidaknya dua kali transaksi, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia untuk ikut serta dalam survei. Penelitian ini menerapkan rumus Lameshow 10% karena rumus ini memungkinkan peneliti untuk menentukan ukuran sampel yang representatif sambil memberikan margin kesalahan sebesar 10%. Penggunaan margin of error ini membantu peneliti dalam mengatasi ketidakpastian yang mungkin muncul dalam data, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan dapat diandalkan. Dengan menetapkan margin of error yang lebih besar, peneliti dapat mengumpulkan data dari jumlah responden yang lebih sedikit tetapi tetap memastikan bahwa hasilnya relevan dan signifikan dalam konteks uji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru. Hal ini menjadikan penelitian lebih efisien, baik dari segi waktu maupun sumber daya.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, sementara variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1-5 yang dibagikan secara langsung kepada responden, serta melakukan observasi langsung di lokasi

penelitian untuk menangkap fenomena yang relevan dan dokumentasi untuk mengumpulkan data sekunder yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t (uji parsial), dan uji koefisien determinasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Suatu kuisioner ditentukan sah atau tidak dalam penelitian. Semua item pertanyaan diuji dan bila r-hitung (koefisien korelasi) melebihi r-tabel, maka instrumen tersebut dianggap valid (Sugiono, 2018).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X1)	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,848	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,748	0,196	Valid
Pertanyaan 3	0,879	0,196	Valid
Pertanyaan 4	0,693	0,196	Valid
Pertanyaan 5	0,729	0,196	Valid
Pertanyaan 6	0,797	0,196	Valid
Pertanyaan 7	0,792	0,196	Valid
Pertanyaan 8	0,818	0,196	Valid
Pertanyaan 9	0,772	0,196	Valid
Pertanyaan 10	0,725	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,798	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,745	0,196	Valid
Pertanyaan 3	0,774	0,196	Valid
Pertanyaan 4	0,698	0,196	Valid
Pertanyaan 5	0,650	0,196	Valid
Pertanyaan 6	0,671	0,196	Valid
Pertanyaan 7	0,700	0,196	Valid
Pertanyaan 8	0,694	0,196	Valid
Pertanyaan 9	0,735	0,196	Valid
Pertanyaan 10	0,778	0,196	Valid
Pertanyaan 11	0,708	0,196	Valid
Pertanyaan 12	0,520	0,196	Valid
Pertanyaan 13	0,573	0,196	Valid
Pertanyaan 14	0,765	0,196	Valid

Sumber SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas didapati bahwa semua item pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan rhitung > rtabel (0,196). Sehingga valid sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018:268), uji reliabilitas adalah suatu evaluasi terhadap tingkat konsistensi dan stabilitas data atau temuan yang diperoleh. Alat ukur dianggap reliabel jika pengukuran yang dilakukan menunjukkan Cronbach's alpha menunjukkan nilai yang melebihi 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,928	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,921	0,60	Reliabel

Sumber SPSS 23

Dari data disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* melebihi dari 0,60. Berdasarkan nilai ini, dijelaskan indikator dari variabel yang dipakai dianggap reliabel sebagai alat ukur.

Analisis Regresi Linier Berganda

Guna memprediksi perubahan variabel dependen. Diterapkan ketika terdapat setidaknya dua variabel independen yang di uji pengaruhnya terhadap variabel dependen. Sugiyono (2018:307).

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.054	2.556		3.933	.000
Kualitas Pelayanan	1.131	.062	.879	18.212	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber SPSS 23

Tabel diatas ,maka persamaan dengan rumus :

$$Y = a + X_1b_1$$

$$Y = 10.054 + 1.131$$

Interpretasi persamaan sebagai berikut :

1. Nilai konstan sebesar 10.054 artinya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terdapat pengaruh kualitas pelayanan semuanya bernilai konstan (tetap) sebesar 10.054.
2. Koefisien kualitas pelayanan bersifat positif sebesar 1.131 artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan.

Uji t (Uji Parsial)

Diterapkan guna mengevaluasi apakah adanya pengaruh secara individual variabel independen pada variabel dependen. Ghazali (2018).

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	thitung	ttabel	Sig	a
Kualitas Pelayanan	18.212	1.984	0,000	0,05

Sumber SPSS 23

Tabel 4 menyimpulkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan thitung (18.212) > ttabel (1.984) dan nilai sig (0,000) < (0,05) yang berarti H1 diterima dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R Square)

Mengindikasikan besaran kemampuan variabel independen mampu memaparkan perubahan yang terjadi pada variabel dependen dengan rentang 0 hingga 1, dan apabila mendekati 1, itu menunjukkan variabel independen secara efektif mampu memaparkan variasi yang signifikan dalam variabel dependen, sesuai dengan penjelasan dari Sugiono (2017).

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.772	.770	5.106

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber SPSS 23

Kolom R Square pada tabel 5 koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,772 \times 100\% = 72,2\%$ menunjukkan bahwa 72,2 % kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dan sebanyak 27,8% lainnya berasal dari faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Hasil ini ditunjukkan dari besarnya thitung (18.212) > ttabel (1.984) dan nilai sig ($0,000$) < ($0,05$) sehingga H_0 diterima. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat menjadi lebih cepat tanggap dalam menyiapkan obat-obatan yang diperlukan pelanggan maka kepuasan pelanggan di Apotek Bandar Lampung pun juga meningkat. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Mumtaza & Millanyani, (2023) di mana hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, keamanan, daya tanggap, dan *tangibility* menunjukkan adanya pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dalam Perjalanan Perkotaan. Lalu penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfajar et al., (2021) berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Makassar Jeans House di Kota Palu, Dengan demikian hipotesisnya diterima.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Kota Baru Bandar Lampung. Analisis data menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan bukti fisik secara langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa aspek pelayanan dalam industri farmasi sangat penting, di mana pelanggan tidak hanya menginginkan produk berkualitas, tetapi juga pengalaman berbelanja yang memuaskan. Oleh karena itu, Apotek perlu memberikan perhatian lebih terhadap kualitas pelayanan yang diberikan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, serta memperkuat loyalitas pelanggan.

V. REFERENSI

- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Jurnal Administration and Management Public Literation*, 1(1), 37–50.
- Armada, danu, & Oetoro, I. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada apotek BM-41 gresik. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 25(1), 98–121. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/fe/article/view/2997>
- Bella, F. N., Pelanggan, K., & Pelanggan, K. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada apotek alifa bandar lampung*. 26.
- Fahriani, N. S. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar*. 2(3).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junaeni, J., Wahyuniar, L., Iswarawanti, D. N., & Febriani, E. (2022). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Tentang Perizinan Apotek Di Dinas Kesehatan Kabupaten Indramayu Tahun 2022. *Journal of Health Research Science*, 2(02), 115–123.

<https://doi.org/10.34305/jhrs.v2i02.586>

- Mayang Puspita Amara, Harsono Teguh, & Achmad Daengs GS. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Rafa Farma 2 Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 92–111. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v3i1.2331>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>
- Munisih, S., & Soliha, E. (2015). Prosiding Seminar Nasional & Call for Papers Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas STIKUBANK Semarang*, 2(1), 1–16.
- 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>
- Novita, E. S. (2009). *Analisis Pengaruh Fasilitas , Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso The Effect of Facilities , Service Quality , and Completeness of the Product.*
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(2), 312–318.
- Roza, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Jadi Farma Kabupaten Pidie Jaya*. 2(3), 36–45.
- Saputri, M. Y., & Jakfar. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Telkom Pelaihari. *Repository.Bsi.Ac.Id*, 10(2), 77–91.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Tampubolon, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasanpelanggan Pada Pt. Matahari Departemen Store Tbk. Cabang Binjai. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 2(3), 55–72. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v2i3.2120>
- Terhadap, H., Pelanggan, L., & Situbondo, K. R. (2024). *Siti Soeliha*. 3(5), 983–996.