

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN APOTEK LUBNA FARMA

Sevia Nurhanasari¹, Yogi Sugiarto Maulana²

¹²Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Terbuka

ARTICLE INFO

Article history:

Received Desember, 2025

Revised Desember, 2025

Accepted Desember, 2025

Available Desember, 2025

043773459@ecampus.ut.ac.id



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Cahaya Ilmu
Bangsa Institute

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kepuasan pelanggan ketika berbelanja di Apotek Lubna Farma yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dan teknik pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling, studi kepustakaan dan studi lapangan dilakukan melalui wawancara kepada sepuluh orang informan yang merupakan pemilik toko, karyawan dan sejumlah pelanggan tetap dan telah berbelanja lebih dari sepuluh kali di apotek ini. Pertanyaan wawancara yang diajukan adalah seputar empat indikator kepuasan pelanggan. Penelitian ini meliputi pengujian kualitas pelayanan, lokasi, produk dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Lubna Farma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat indikator kepuasan pelanggan baru tiga indikator yang dipenuhi, yaitu produk, lokasi, dan kualitas pelayanan karyawan. Sedangkan indikator fasilitas, hanya perlu meningkatkan keamanan dengan menyediakan CCTV untuk meningkatkan keamanan, dan

mengurangi kekhawatiran pelanggan atas barang atau kendaraan yang ditiptkan. Hasil secara keseluruhan informan yang di wawancara adalah rata-rata sangat puas. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan Apotek Lubna Farma akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di Apotek Lubna Farma. Implikasi dari penelitian ini, menyebabkan Apotek Lubna Farma harus terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan, sebab menjadi suatu ukuran keberhasilan Apotek dalam mencapai tujuannya.

Kata Kunci: Apotek, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

ABSTRACT

This study aims to determine the factors influencing customer satisfaction when shopping at Lubna Farma Pharmacy. The approach used in this study is qualitative. Data collection techniques using purposive sampling, literature study, and field studies were conducted through interviews with ten informants who are shop owners, employees, and a number of regular customers who have shopped at this pharmacy more than ten times. The interview questions asked were related to four indicators of customer satisfaction. This study included testing the quality of service, location, products, and facilities to determine their significant and positive influence on customer satisfaction at Lubna Farma Pharmacy. The results showed that of the four customer satisfaction indicators, only three indicators were met: product, location, and quality of employee service. As for the facility indicator, only security needs to be improved by providing CCTV to improve security and reduce customer concerns about goods or vehicles being stored. The overall results of the informants interviewed were very satisfied on average. These results

*Corresponding author

E-mail addresses: 043773459@ecampus.ut.ac.id

indicate that the better the quality of service and facilities provided by Lubna Farma Pharmacy, the higher the customer satisfaction who shop at Lubna Farma Pharmacy. The implications of this research are that Lubna Farma Pharmacy must continuously improve its service quality to enhance customer satisfaction, as it is a measure of the pharmacy's success in achieving its goals.

Keywords: Pharmacy, Customer Satisfaction, Service Quality, Loyalty

1. PENDAHULUAN

Apotek adalah tempat yang melakukan kegiatan kefarmasian, yang memiliki peran penting dalam mendapatkan informasi tentang obat. Kegiatan kefarmasian saat ini semakin berkembang, tidak terbatas pada menyimpan dan menyerahkan obat kepada pelanggan saja, tetapi juga termasuk interaksi dan komunikasi dengan pelanggan, dengan tenaga farmasi memberikan layanan yang sangat baik. Berdasarkan informasi yang saya peroleh, terdapat lebih dari 32.110 apotek di seluruh Indonesia, dengan Jawa Barat memiliki lebih dari 5.114 apotek. Ini menunjukkan bahwa apotek adalah metode distribusi farmasi paling populer di Indonesia, meskipun data dari Kemenkes tahun 2024 menunjukkan 31.995 unit apotek. Di Indonesia, ada 45.000 apoteker, dengan pertumbuhan sekitar 10% per tahun.

Kualitas pelayanan kefarmasian terkait dengan kualitas layanan yang diberikan di apotek. Kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa baik layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Umar (2005), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dan apa yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh barang atau jasa, mereka akan lebih cenderung menjadi pelanggan setia untuk waktu yang lama.

Dan keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang merespon positif terhadap apa yang diberikan apotek, yaitu kualitas pelayanan dan berniat untuk berkunjung kembali serta menggunakan produk dari suatu apotek. Memahami perilaku konsumen yang merespon positif, menjadi langkah penting dalam meningkatkan omzet bisnis pada usaha apotek. Namun, juga perlu diidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pendorong konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Riset terdahulu tunjukkan mutu layanan apotek sangat perlu. Hal ini penting untuk menumbuhkan keyakinan pelanggan. Layanan apotek juga mempengaruhi keputusan beli mereka, hal ini sesuai sebut ISM Maramis, L Mananeke, SSR Loindong 2022. Selain itu, pelayanan yang baik punya dampak positif, pelayanan baik itu sikap yang ramah, senyuman juga termasuk bagian penting pelayanan, dan kemampuan menjawab pertanyaan pelanggan juga penting, Semua itu bisa meningkatkan kepuasan pelanggan (Moha, 2016).

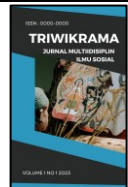
Pelaku usaha juga harus menciptakan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan juga memberikan harga yang terjangkau (Tjiptono, 2019). Pernyataan ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya tentang kualitas pelayanan tetapi juga perasaan puas juga mengetahui produk yang diinginkan dengan memberikan harga yang terjangkau.

Apotek Lubna Farma, yang terletak di Jl. Perintis, DWT Jaya, Unit 2, Tulang Bawang. Menawarkan berbagai jenis obat-obatan herbal maupun non-herbal dan produk kesehatan lainnya dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaing.

Penelitian ini menganalisis secara komprehensif serta bertujuan untuk menggali pengalaman berbelanja pelanggan di Apotek Lubna Farma dan respon kepuasan atau ketidakpuasan mereka, serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan dapat digunakan oleh pemilik apotek dan pihak berkepentingan lainnya, untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam memberikan layanan produk maupun jasa.

2. METODE PENELITIAN

P Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Saryono, (2010) Pendekatan kualitatif ini untuk menjelaskan dan menganalisis kegiatan individu atau



kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Mengungkapkan bawah studi kualitatif dilakukan untuk menyelidiki, menemukan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dampak sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau dijelaskan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada informan, dan catatan lapangan, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2010). Lalu bagaimana validitas data dijaga, dengan Teknik Triangulasi untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian dengan menggabungkan data dari berbagai sumber, metode, atau waktu.

Data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik purposive sampling. Adapun sample penelitian yang akan diteliti penulis terdiri atas sepuluh orang. Dimana hal tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa sampel penelitian yang dipakai oleh peneliti merupakan sampel yang bisa mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Informan dari penelitian adalah pemilik toko, karyawan dan sejumlah pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap Apotek Lubna Farma, yang telah membeli produk di Apotek Lubna Farma lebih dari 10 kali. Dimana ke sepuluh sampel tersebut yaitu terdiri dari:

1. Pemilik Apotek Lubna Farma 1 orang.
2. Karyawan Apotek Lubna Farma 2 orang.
3. Pelanggan 7 orang

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan dan studi lapangan. Studi lapangan dilakukan dengan secara langsung mengadakan penelitian dengan berbagai kegiatan, yakni observasi, dan wawancara. Peneliti mempersiapkan terlebih dahulu beberapa pertanyaan yang sama yang akan diajukan kepada informan yang diundang untuk wawancara dan peneliti mendengarkan dengan seksama dan menuliskan apa yang dikatakan informan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mengacu pada empat indikator kepuasan pelanggan, yaitu produk, lokasi, kualitas pelayanan karyawan, dan fasilitas.

Data dalam penelitian ini bersumber dari jurnal ilmiah, dan literatur akademik yang memiliki relevansi kuat dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan metode studi kepustakaan (literature review) dengan penelaahan mendalam terhadap referensi yang valid dan terkini serta Studi lapangan.

Selanjutnya, proses analisis data dilakukan dengan analisis isi guna menemukan makna-makna penting serta analisis komparatif untuk membandingkan teori dengan penerapan aktual di lapangan (Lestari, 2024). Dengan tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang komprehensif, objektif, dan akurat mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen apotek lubna farma.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

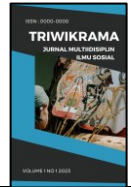
Hasil

Dengan membandingkan dan mengecek data yang sama dari sudut pandang yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan akurat. Teknik ini sangat umum digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengatasi potensi bias.

Wawancara dilakukan kepada sepuluh orang informan. Informan dari penelitian adalah pemilik toko, karyawan dan sejumlah pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap Apotek Lubna Farma,

*Corresponding author

E-mail addresses: 043773459@ecampus.ut.ac.id



yang telah membeli produk di Apotek Lubna Farma lebih dari 10 kali. Hasil wawancara disajikan dalam beberapa sub pembahasan sesuai indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Produk

Produk yang ditawarkan oleh Apotek Lubna Farma memiliki kualitas yang baik dan memenuhi harapan pelanggan. Apotek Lubna Farma menyediakan berbagai pilihan produk yang variatif, sehingga memudahkan pelanggan untuk membandingkan produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Apotek Lubna Farma juga selalu berupaya untuk menjaga persediaan produknya sehingga senantiasa tersedia apabila diperlukan oleh para pelanggan, terutama bagi pelanggan atau pelanggan tetap. Untuk harga produk di Apotek Lubna Farma juga termasuk terjangkau dibandingkan Apotek lain. Harga yang ditawarkan oleh Apotek Lubna Farma sepertinya memerhatikan daya beli masyarakat setempat, dan strategi penetapan harga seperti ini adalah sangat baik dan tepat. Kesesuaian antara kualitas produk dan harga dapat menjadi daya tarik penjual untuk memenangkan persaingan dengan penyedia produk lain. Sebab proses pengambilan keputusan menurut (Agusta 2020:12) merupakan tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai pilihan.

Lokasi

Lokasi Apotek Lubna Farma termasuk strategis dan mudah diakses. Terletak di Jl. Perintis Tugu Kuning, yang mana area Tugu Kuning tersebut memiliki nama yang cukup terkenal dan tidak asing bagi Masyarakat di area Unit 2. Lokasinya pun berada di area keramaian, yaitu di depan Komplek Wanadadi, di samping Koperasi Konsumen Amanah Bintang sembilan, DWT Jaya Unit 2.

Menurut (Kurniawan, Ryan, 2020) Dalam strategi pemasaran, pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman. Semakin strategis lokasi perusahaan yang dipilih, maka semakin tinggi tingkat penjualannya dan semakin besar pengaruhnya terhadap keberhasilan suatu apotek.

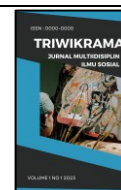
Kualitas Pelayanan Karyawan

(Gunawan, 2021) Pelayanan karyawan menjadi kunci utama keberhasilan penjualan apotek, karena dengan pelayanan yang baik, ramah, dan juga cepat akan meningkatkan kesan baik dalam berbelanja di mata pelanggan. Pelayanan prima atau memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan merupakan ukuran keberhasilan dalam retensi dan kepuasan pelanggan.

Pelayan karyawan Apotek Lubna Farma sangat baik, ramah dan juga handal dalam penyampaian informasi obat, sebab berdampak pada keinginan dan keputusan membeli konsumen ke apotek. Petugas apotek juga memiliki kemampuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan baik mengenai obat ataupun kesehatan lainnya, hal ini menunjukkan kesiapan petugas apotek dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dan Apotek Lubna Farma diketahui hanya memiliki dua orang pegawai saja, dengan jadwal jaga shift pagi dan sore. Di Apotek Lubna Farma hanya menerima karyawan dengan latar belakang minimal lulusan Farmasi atau lulusan SMK jurusan farmasi, karena diharapkan memiliki kemampuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan baik mengenai obat ataupun kesehatan lainnya.

Fasilitas

Fasilitas Apotek Lubna Farma dikesan sudah cukup memadai. Fasilitas parkir dikesan lumayan luas untuk memarkirkan mobil dan motor bahkan di lengkapi kanopi untuk membantu motor atau mobil pelanggan tidak kepanasan. Untuk fasilitas lain nya juga memadai berupa kursi panjang untuk pelanggan menunggu transaksi selesai. Tetapi Karena tidak ada kamera pemantau



atau CCTV di area toko. Menurut para informan CCTV ini sangat penting untuk meningkatkan keamanan, dan mengurangi kekhawatiran pelanggan atas barang atau kendaraan yang ditiptkan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan dari empat indikator kepuasan pelanggan baru tiga indikator yang dipenuhi, yaitu produk, lokasi, dan kualitas pelayan karyawan, dan untuk fasilitas ada saran untuk mempertimbangkan keamanan dengan menyediakan CCTV dan kepuasan berupa harga atau kualitas produk, kualitas pelayanan karyawan dan lokasi harus di pertahankan untuk mengantisipasi persaingan. Menurut (Fahrurrazi, F., Khoirunnisa, S., & Somantri, B., 2019) Kepuasan konsumen merupakan hal yang bisa membuat kepercayaan konsumen terhadap Apotek Lubna Farma meningkat.

Berdasarkan hasil Analisis data, studi kepustakaan, studi lapangan dan Teknik purposive sampling dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, Lokasi yang strategis, harga dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menentukan loyalitas dan pengaruhnya adalah positif. Untuk mengantisipasi persaingan perlu menciptakan hubungan baik dengan setiap konsumen. Dalam mempertahankan konsumen, Apotek Lubna Farma harus memperjuangkan kepuasan konsumen (customer satisfaction), ini dilakukan karena kepuasan akan berperan dalam menentukan loyalitas konsumen (customer loyalty). Sedangkan Oliver (2018) mengemukakan loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga menimbulkan pembelian ulang terhadap merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung atau tersirat.

Dan dari hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Haryanto (2013), dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan masyarakat pada kantor samsat manado. Dan pada penelitian Runtuwuu (2014), didalam penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan kualitas pelayanan yang diterima di Cafe dan Resto Cabana Manado. (Budiyanto (2013), penelitian ini meliputi pengujian kualitas pelayanan, lokasi, produk dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Lubna Farma. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan Apotek Lubna Farma akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di Apotek Lubna Farma.

Implikasi dari penelitian ini, menyebabkan Apotek Lubna Farma harus terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan, sebab menjadi suatu ukuran keberhasilan Apotek dalam mencapai tujuannya.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat indikator kepuasan pelanggan baru tiga indikator yang dipenuhi, yaitu produk, lokasi, dan kualitas pelayan karyawan. Tetapi berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien di Apotek Lubna Farma secara keseluruhan Adalah rata-rata sangat puas hanya perlu meningkatkan keamanan dengan menyediakan CCTV untuk meningkatkan keamanan, agar mengurangi



kekhawatiran pelanggan atas barang atau kendaraan yang ditiptkan. Berdasarkan wawancara dengan sepuluh informan menunjukkan sikap positif, hanya perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan, sehingga pasien semakin puas dan loyal terhadap Apotek Lubna Farma. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Apotek Lubna Farma akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di Apotek Lubna Farma.

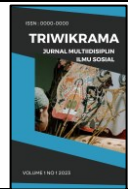
Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan. Implikasi dari penelitian ini, menyebabkan Apotek Lubna Farma harus terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan, sebab menjadi suatu ukuran keberhasilan Apotek dalam mencapai tujuannya.

Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelayanan yang akan memengaruhi loyalitas pelanggan, selain dari produk, lokasi, dan kualitas pelayan karyawan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat memengaruhi kepuasan pelayanan yang akan memengaruhi loyalitas pelanggan yang di teliti pada arikel ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3 No. 12 (2014). Diakses tanggal 3 Februari 2016.
- Fahriani, Nida Salma, and Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2.3, 1-11.
- Fahrurrazi, F. K. S. & S. B. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Kerudung di Outlet Rabbani*. 26-39.
- Gunawan, Ce. (2021). Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, MebelRumah Q-Ta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial. (EMBISS)* 1.2, 66-74
- Haryanto, Edy. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.3 September 2013. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal.750-760.
- Kurniawan, Ryan, and Yuniar Aisah Krismonita. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi Studi Kasus Konsumen. Giant Expresss Sukabumi.
- Lestari. (2024). Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan. 1(2), 8-17.
- Maramis, Indah SM, Lisbeth Mananeke, and Sjendry SR Loindong. (2022). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN APOTEK MERCKE'L KOLONGAN. *Jurnal EMBA, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10.1, 39-48.



-
- Moha, S. and S. Loindong. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado.
- Rantunuwu, Gerardo. Johan. dan Sem Oroh. dan Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Jurnal Ekonomi. Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2 No.3 September 2014. Hal 1803-1813. Diakses tanggal 6 April 2016.
- Sugiyono, (2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Andi.
- Widiyanto, Rahmat, et al. (2023). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Kefarmasian di Apotek Narogong Bulan April 2022. *Jurnal Kefarmasian Akfarindo*. 115-123.