

Peran Apotek Sebagai Tempat Pelayanan Informasi Obat Berdasarkan Persepsi Konsumen di Apotek K-24 Kiaracondong Bandung

Eva Pahlani¹, Tantri Suryandani², Ridhwan Fadhlurrohman³

¹Politeknik Kesehatan TNI AU Ciumbuleuit, evapahlani@yahoo.com

²Apotek K24 Kiaracondong Bandung, tantrisrafa@gmail.com

³Politeknik Kesehatan TNI AU Ciumbuleuit, 09ridhwan0799@gmail.com

ABSTRAK

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu apa persepsi konsumen apotek terhadap layanan informasi obat, informasi seperti apa yang dibutuhkan konsumen apotek, dan untuk mengetahui evaluasi konsumen terhadap peran apotek sebagai tempat pelayanan informasi obat dengan membandingkan harapan konsumen dengan kepuasan konsumen terhadap apotek. Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian langsung, sampel konsumen apotek ditentukan dengan metode *accidental sampling*, dan jumlah sampel ada 98 responden yang telah ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data yang dilakukan meliputi distribusi frekuensi, analisis tingkat kesesuaian dengan skala likert dan diagram kartesius untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Analisis data dibantu menggunakan program aplikasi SPSS versi 26.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tingkat keamanan penggunaan obat diperoleh hasil rata-rata 3,20 yang termasuk kategori cukup tinggi, pengetahuan tingkat kesadaran konsumen tentang pentingnya informasi obat didapatkan hasil rata-rata 2,94 dengan kategori cukup tinggi, peran apoteker dalam pelayanan informasi obat didapatkan hasil rata-rata 3,16 termasuk kategori cukup tinggi, mengenai adanya media pelayanan informasi obat sudah cukup tinggi dengan hasil rata-rata 3,06, skor rata-rata informasi obat yang dibutuhkan oleh konsumen yaitu 3,41 termasuk kategori sangat tinggi, dan apresiasi konsumen dalam pelayanan informasi obat masih sedang dengan rata-rata 2,40. Hasil persentase tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen berkisar di antara 78,08% - 88,52%.

Kata Kunci : Apotek, Pelayanan Informasi Obat, Harapan, Kepuasan.

ABSTRACT

Pharmacy is a pharmaceutical service facility where pharmaceutical practice is carried out. This study was conducted to find out what pharmacy consumers' perceptions of drug information services are, what kind of information is needed by pharmacy consumers, and to find out consumer evaluations of the role of pharmacies as drug information services by comparing consumer expectations with consumer satisfaction with pharmacies. This research is included in the direct research method, the sample of pharmacy consumers is determined by the accidental sampling method, and the number of samples is 98 respondents who have been determined using the Slovin formula. The data analysis includes frequency distribution, level of conformity analysis with Likert scale and Cartesian diagram to determine the factors that influence consumer satisfaction. Data analysis was assisted by using SPSS version 26.00 application program. The results showed that knowledge of the level of safety of drug use obtained an average result of 3.20 which included a fairly high category, knowledge of the level of consumer awareness about the importance of drug information obtained an average result of 2.94 with a fairly high category, the role of pharmacists in drug information services obtained an average result of 3.16 including the category quite high, regarding the existence of drug information service media is quite high with an average result of 3.06, the average score of drug information needed by consumers is 3.41 including the very high category, and consumer appreciation in drug information services is still moderate with an average 2.40. the results of the percentage level of conformity between expectations and consumer satisfaction ranged between 78.08% - 88.52%.

Keywords: *Pharmacy, Drug Information Services, Hope, Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah hal yang benar-benar berpengaruh bagi semua orang. Bahkan saat ini orang-orang lebih mementingkan kesehatan mereka sebelum terjangkit penyakit. Dengan berkembangnya pengetahuan dan teknologi, saat ini masyarakat cenderung lebih aktif mencari informasi kesehatan, karena sebelumnya mereka mengira bahwa informasi tersebut hanya diketahui oleh petugas kesehatan. Informasi obat merupakan informasi yang sangat dibutuhkan di masyarakat, dan salah satu tempat dimana masyarakat mendapatkan informasi tersebut adalah apotek.

Apotek merupakan tempat dimana hampir semua orang datang untuk membeli obat. Setiap hari kita menjumpai orang yang sakit dan pertolongan pertama yang mereka

lakukan adalah dengan membeli obat ke apotek. Biasanya apotek menjual berbagai macam jenis obat, seperti obat bebas, obat bebas terbatas, dan obat keras. menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, obat adalah suatu bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penerapan biologis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi, untuk manusia. (Undang-Undang RI, 2009)

Standar pelayanan kefarmasian menurut Permenkes RI nomor 35 tahun 2014, merupakan tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman bagi tenaga kefarmasian dalam menyelenggarakan pelayanan kefarmasian.(Kemenkes, 2014) Saat ini

pelayanan kefarmasian telah bergeser dari yang awalnya berpusat pada obat menjadi berpusat kepada pasien. Pergeseran ini dapat disebut dengan yang namanya *pharmaceutical care* atau asuhan kefarmasian.

Untuk menilai kualitas pelayanan kefarmasian, yaitu dengan cara mengetahui pelayanan yang diberikan oleh apotek, jenis pelayanan yang diharapkan namun belum diberikan, sesuai dengan apotek yang ideal bagi konsumen dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima oleh apotek selama ini. (R SH, R G, 2009) Menurut Peraturan Menteri Kesehatan no. 35 tahun 2014, untuk menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek, harus dilakukan evaluasi mutu pelayanan kefarmasian. (Kemenkes, 2014) Jadi evaluasi mutu ini bisa didapatkan ketika kita survey kepada masyarakat akan tanggapan mereka tentang apotek.

Persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek yang buruk akan merugikan apotek dari sisi bisnis karena konsumen akan berpindah ke tempat lain. Dampaknya tidak hanya pada konsumen yang bersangkutan, tetapi kesan buruk ini akan terbagi kepada orang lain, sehingga citra apotek, terutama staf manajemennya termasuk apoteker menjadi negatif/buruk. Oleh karena itu, pengetahuan konsumen tentang layanan harus terus berkembang dengan cara yang berorientasi pada pelanggan. (R SH, R G, 2009)

TINJAUAN PUSTAKA

1. APOTEK

Menurut Peraturan Pemerintah No 9 Tahun 2018 tentang apotek, Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker. (Kemenkes, 2018)

2. PHARMACEUTICAL CARE

Istilah *pharmaceutical care* merupakan suatu pelayanan farmasi yang berorientasi pada pasien. Pada model praktik pelayanan farmasi klinik tenaga farmasi harus menjadi salah satu anggota kunci pada tim pelayanan kesehatan,

dengan tanggung jawab pada *outcome* pengobatan. (Rusli, 2016)

3. PELAYANAN INFORMASI OBAT

Pelayanan Informasi Obat (PIO) merupakan kegiatan penyediaan dan pemberian informasi, rekomendasi Obat yang independen, akurat, tidak bias, terkini dan komprehensif yang dilakukan oleh apoteker kepada dokter, apoteker, perawat, profesi kesehatan lainnya serta pasien dan pihak lain di luar Rumah Sakit. (Kemenkes, 2014)

4. PERSEPSI

Persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan rangsangan atau proses untuk menerjemahkan rangsangan ke dalam organ sensorik manusia. Manusia memiliki cara pandang yang berbeda dalam persepsi, beberapa orang berpendapat bahwa hal-hal tertentu akan mempengaruhi perilaku manusiawi yang terlihat atau nyata, termasuk pandangan baik atau positif maupun pandangan negatif. (Sugihartono, 2007)

5. HARAPAN

Harapan adalah istilah yang banyak dijelaskan oleh para ahli di bidang psikologi. Averill dan teman-temannya menggambarkan harapan sebagai emosi yang didorong oleh kognisi dan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan. Stotland dan Gottschalk menggambarkan harapan sebagai keinginan untuk mencapai tujuan, Stotland menekankan pentingnya dan kemungkinan pencapaian tujuan, sedangkan Gottschalk menggambarkan energi positif yang mendorong orang untuk bekerja dalam keadaan sulit. Staat memandang ekspektasi sebagai ekspektasi yang berinteraksi dengan ekspektasi guna mewujudkan peluang dan memengaruhi tujuan yang dicapai. (Lopez J, 2009)

6. KEPUASAN

Kata "kepuasan" atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat), sehingga

secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi sesuatu. Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) pemikiran produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerjanya di bawah ekspektasi berarti pelanggan tidak puas. Jika kinerjanya memenuhi harapan, pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas atau senang. (Kolter, 2007)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian langsung, dimana peneliti dan narasumber berinteraksi langsung disertai dengan penjelasan sampel pengisian. Sampel konsumen apotek ditentukan dengan metode *accidental sampling*, yaitu metode *non probability sampling* dimana jumlah sampel konsumen ditentukan oleh banyaknya konsumen yang datang membeli obat di apotek.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen apotek di apotek K-24 Kiaracandong. Sampel responden ditentukan dengan metode *accidental sampling*, yaitu metode *non probability sampling* yang dimana jumlah responden ditentukan berdasarkan banyaknya konsumen yang datang ke apotek k-24 Kiaracandong.

Jumlah sampel (n) untuk konsumen apotek ditentukan menurut rumus seperti yang dikemukakan oleh Slovin (1960) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel minimal

N : Populasi yang datang dalam satu bulan = 3900 orang

E : Toleransi error/perkiraan terjadi kekeliruan = 10% = 0,1

$$n = \frac{3900}{1 + (3900 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{3900}{40}$$

$$n = 97,5 \sim 98$$

Didapatkan hasil dari rumus slovin di atas adalah 97,5 dan dibulatkan menjadi 98, sehingga penelitian yang saya lakukan tentang “Peran Apotek Sebagai Tempat Pelayanan Informasi Obat Berdasarkan Persepsi Konsumen di Apotek K-24 Kiaracandong Bandung” membutuhkan sekiranya 98 responden untuk mengisi kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. KARAKTERISTIK RESPONDEN

konsumen yang paling banyak yaitu umur 25-39 tahun dengan jumlah 34 orang (34,69%), sedangkan yang paling sedikit yaitu umur di atas 55 tahun dengan jumlah 3 orang (3,06%) dari total konsumen. Jumlah data distribusi jenis kelamin baik dari laki-laki atau perempuan menunjukkan bahwa jumlah data hampir sama atau berimbang sehingga diharapkan mampu mewakili dari keduanya, terlihat bahwa jumlah responden laki laki berjumlah 47 orang (47,96%) dan jumlah responden perempuan berjumlah 51 orang (52,04%). Data pendidikan terakhir responden memperlihatkan bahwa responden yang pendidikan terakhirnya SLTA/SMA memiliki jumlah paling tinggi yaitu 33 orang (33,67%) dan yang paling rendah yaitu responden yang pendidikan terakhirnya S3 dengan jumlah 1 orang (1,02%). Data pelajar mendapatkan angka tertinggi dengan 27 orang (27,55%), lalu pekerjaan wirausaha 22 orang (22,45%) dan terendah yaitu pegawai swasta dengan 15 orang (15,31%). Dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda, persepsi seseorang pasti berbeda. rutan pendapatan per bulan terbesar yaitu diatas 1.000.000 (50,00%) dan urutan terkecil yaitu pendapatan 300.000-500.000 (6,12%).

2. JAWABAN MATERI

Tingkat pengetahuan responden mengenai keamanan penggunaan obat berbeda-beda cukup tinggi terlihat dari persentase yang menjawab sangat setuju ada 24 orang (24,49%), setuju 52 orang (53,06%), tidak setuju 19 orang

(19,39%), dan yang menjawab sangat tidak setuju (3,06%) dengan jumlah 3 orang. Penilaian responden bahwa penggunaan obat yang tidak benar dapat membahayakan cukup tinggi, terlihat dari persentase yang menjawab setuju ada 43 orang (43,88%), sangat setuju (42,86%) yang berjumlah 42 orang, tidak setuju ada 12 orang (12,24%), dan sangat tidak setuju ada 1 orang (1,02%). Pengetahuan tentang perbedaan obat penggunaan obat bebas, obat bebas terbatas, obat wajib apotek dan obat dengan resep, yang menjawab setuju ada 50 orang (51,02%), tidak setuju terdapat 23 orang (23,47%), sangat setuju (22,45%) berjumlah 22 orang, sangat tidak setuju ada 3 orang (3,06%). Penggunaan obat yang tidak benar yang disebabkan pemberian informasi yang tidak benar dijawab oleh responden dengan yang menjawab setuju terdapat 64 orang (65,31%), sangat setuju (33,67%) dengan 31 orang, dan sangat tidak setuju (1,02%) dengan 1 orang. Lupa terhadap informasi yang diberikan yang menjawab setuju terdapat 65 orang (66,33%), sangat setuju 31 orang (31,63%), tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat 1 orang (1,02%). Dan penyebab lainnya yaitu konsumen tidak mendapatkan informasi obat yang digunakan, 61 orang (62,24%) menjawab setuju, dan 37 orang (37,76%) menjawab sangat setuju.

3. TINGKAT KESESUAIAN

Kemampuan petugas apotek untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan konsumen sangatlah penting, terutama untuk konsumen yang membutuhkan obat dengan segera mungkin. Harapan konsumen yang terpenuhi akan berdampak positif bagi apotek tentunya. Terlihat pada tabel 18 tingkat kesesuaian dari kedua data itu adalah $\frac{289}{339} \times 100\% = 85,25\%$. Informasi obat harus bisa disampaikan secara lisan dan mudah di pahami oleh konsumen sehingga tidak terjadi *medication error*, jika apotek bisa melakukan hal tersebut maka telah mencapai suatu keberhasilan pengobatan,

hasil dari tingkat kesesuaian harapan dan kepuasan konsumen diperoleh angka ; $\frac{292}{343} \times 100\% = 85,13\%$. Penilaian konsumen mengenai informasi secara tertulis di apotek tersebut yaitu : $\frac{268}{327} \times 100\% = 81,96\%$. Pengetahuan dan Kemampuan Petugas Apotek Memberi Informasi yang Benar dan Lengkap, tingkat kesesuaian dihasilkan data sebesar $\frac{270}{337} \times 100\% = 80,12\%$. Penilaian tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen terhadap waktu yang cukup dalam pelayanan informasi obat dapat dilihat didalam tabel 22 dibawah ini. Dari data tersebut diperoleh : $\frac{253}{324} \times 100\% = 78,08\%$. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen mengenai jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang di berikan. Hasil tersebut didapatkan : $\frac{289}{346} \times 100\% = 83,53\%$. Penilaian dari responden mengenai pelayanan informasi obat yang sopan dan ramah dapat dilihat di tabel 24 di atas. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan sebesar $\frac{279}{324} \times 100\% = 86,11\%$. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan mengenai perhatian khusus pada setiap konsumen adalah sebesar $\frac{259}{325} \times 100\% = 79,70\%$. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen terhadap adanya ruang khusus untuk informasi obat adalah sebesar : $\frac{242}{308} \times 100\% = 78,58\%$. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan mengenai kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan pelayanan informasi obat. Tingkat Kesesuaian $\frac{293}{331} \times 100\% = 88,52\%$. Kerapihan dan Kebersihan Penampilan Petugas Apotek, tingkat kesesuaian : $\frac{280}{330} \times 100\% = 84,85\%$. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan tentang memberi informasi obat secara proaktif dapat dilihat pada

tabel 29. Tingkat kesesuaian sebesar : $\frac{280}{334} \times 100\% = 83,83\%$.

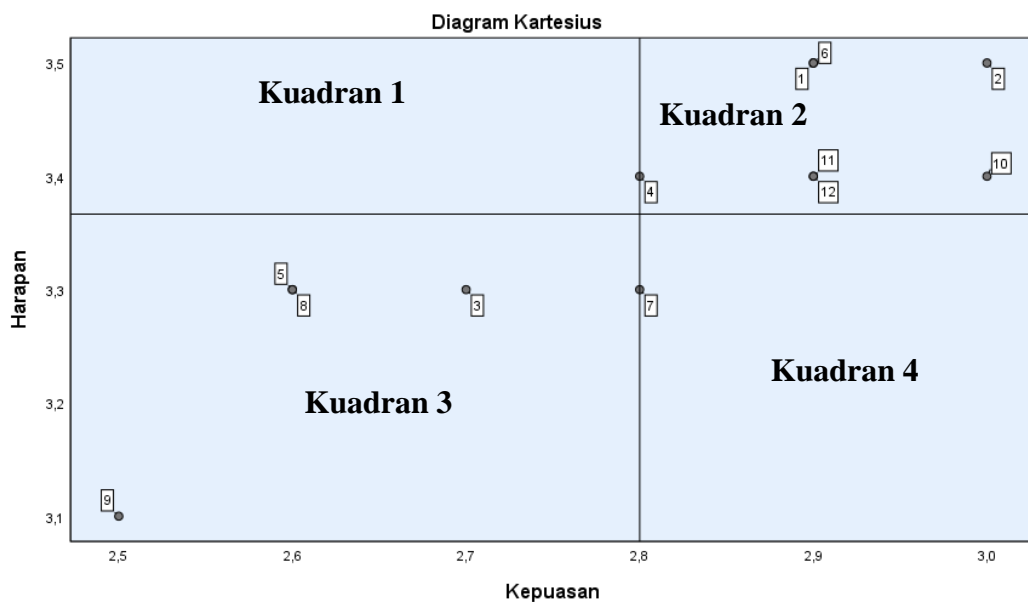
4. DIAGRAM KARTESIUS

Pada diagram, akan dibagi menjadi 4 bagian (kuadran) untuk dapat melihat penempatan data yang telah di analisis. Kuadran 1 memuat faktor yang dianggap penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih belum terlaksanakan sesuai keinginan konsumen.

Kuadran 2 memuat faktor yang dianggap penting dan kinerja yang sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen.

Kuadran 3 memuat faktor yang kurang penting dengan pelaksanaan yang tidak terlalu baik/kurang memuaskan.

Kuadran 4 memuat atribut yang dianggap kurang penting namun kinerjanya memuaskan sehingga dinilai berlebihan.



1. Kuadran 1 memuat faktor yang dianggap penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih belum terlaksanakan sesuai keinginan konsumen. Faktor yang termasuk kuadran ini adalah :
 - a. Pengetahuan dan kemampuan petugas apotek dalam memberi informasi yang benar dan lengkap (4)

Apotek harus lebih meningkatkan kembali faktor ini, karena informasi yang benar dan lengkap sangat dibutuhkan oleh konsumen agar tidak terjadinya *medication error*. Dengan lengkapnya informasi konsume juga akan merasa aman dan nyaman dalam menggunakan obat, serta akan merasa puas dengan pelayanannya.
2. Kuadran 2, pada kuadran ini tingkat kepuasan konsumen dinilai tinggi/memuaskan. Apotek perlu mempertahankan hal yang ada dalam faktor tersebut. Faktor yang termasuk kuadran 2 yaitu :
 - a. Kemampuan petugas apotek yang cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen (1)
 - b. Memberikan informasi obat secara lisan dan mudah dipahami (2)
 - c. Jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang di berikan (6)
 - d. Kebersihan, kerapihan, kenyamanan ruangan pelayanan informasi obat (10)

- e. Kerapihan dan kebersihan penampilan petugas apotek (11)
- f. Petugas apotek memberi informasi obat secara proaktif (12)

Titik faktor (1) kemampuan petugas apotek yang cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen dengan (6) jaminan kebenaran dan kepercayaan terhadap informasi obat yang diberikan, serta faktor (11) pelayanan informasi obat sudah memuaskan.

3. Kuadran 3 memuat faktor yang kurang penting dengan pelaksanaan yang tidak terlalu baik/kurang memuaskan. Adapun faktor yang termasuk kuadran 3 adalah :
 - a. Informasi obat secara tertulis yang jelas dan mudah dipahami (3)
 - b. Waktu yang cukup dalam pemberian informasi obat (5)
 - c. Perhatian yang khusus pada setiap konsumen (8)
 - d. Adanya ruang khusus dalam melayani informasi obat (9)

Pada kuadran ini, peningkatan faktor perlu diperhatikan kembali karena pengaruhnya yang dianggap biasa-biasa saja terhadap kepuasan konsumen. Pada faktor (3) informasi obat secara tertulis yang jelas dan mudah dipahami dianggap tidak terlalu penting, karena kebanyakan konsumen lebih mudah dan cepat paham jika informasi obat disampaikan secara lisan namun bukan menjadikan faktor ini tidak perlu dilakukan, informasi secara tertulis dianggap biasa-biasa saja karena hanya digunakan sebagai pengingat. Pada faktor (9) adanya ruang khusus dalam melayani informasi obat juga dianggap biasa saja dan tidak terlalu penting, sehingga apotek tidak harus selalu memberikan ruang khusus kepada setiap konsumen.

4. Kuadran 4 memuat faktor yang dianggap kurang penting namun kinerjanya memuaskan sehingga dinilai berlebihan. Faktor yang termasuk kuadran 4 yaitu :

kerapihan dan kebersihan penampilan petugas apotek dengan (12) petugas apotek memberi informasi obat secara proaktif berdekatan/hampir berdempetan, ini dikarenakan poin/nilai rata-rata dari faktor-faktor tersebut tidak jauh berbeda. Selain itu faktor-faktor yang ada pada kuadran 2 sebaiknya diperhatakan atau ditingkatkan lagi kinerjanya, karena menurut konsumen faktor-faktor tersebut yang menyangkut

- a. Pelayanan informasi obat yang sopan dan ramah (7)

Konsumen menganggap ini sebagai hal yang kurang penting dan dianggap berlebihan, namun petugas apotek sudah sangat sopan dan ramah sehingga membuat konsumen merasa puas. Faktor yang ada pada kuadran ini dapat dikurangi sehingga apotek tidak terlalu berlebihan dalam faktor tersebut.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Ada beberapa hal yang dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan di penelitian ini, yaitu :

1. Persepsi konsumen terhadap Pelayanan Informasi Obat di Apotek K-24 Kiarascondong mengenai pengetahuan tingkat keamanan penggunaan obat diperoleh hasil rata-rata 3,20 yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi, pengetahuan tingkat kesadaran konsumen tentang pentingnya informasi obat didapatkan hasil rata-rata 2,94 dengan kategori cukup tinggi, pengetahuan konsumen mengenai peran apoteker dalam pelayanan informasi obat didapatkan hasil rata-rata 3,16 yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi, persepsi konsumen mengenai adanya media pelayanan informasi obat termasuk ke dalam kategori cukup tinggi dengan hasil rata-rata 3,06, dan apresiasi konsumen dalam pelayanan informasi obat masih sedang dengan rata-rata 2,40.

2. Informasi obat yang dibutuhkan oleh konsumen didapatkan skor rata-rata 3,41 yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Macam-macam informasi yang dibutuhkan konsumen yaitu terkait khasiat obat, dosis, cara penggunaan, frekuensi penggunaan, waktu penggunaan, lama penggunaan, efek samping obat, penggunaan obat lain yang harus dihindari, makanan/minuman yang harus dihindari, aktifitas yang harus dibatasi, cara penyimpanan obat, cara pembuangan obat sisa, dan cara penggunaan obat untuk ibu hamil/menyusui.
3. Hasil persentase tingkat kesesuaian antara harapan dan kepuasan konsumen berkisar di antara 78,08% - 88,52%.

B. SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Apotek harus meningkatkan kembali terkait pelayanan informasi obat, karena masih ada beberapa variable yang konsumen masih merasa kurang terhadap kinerjanya.
2. Dalam penyampaian informasi kepada konsumen harus jelas dan sopan, serta meningkatkan pemberian informasi melalui media cetak seperti leaflet / brosur karena kebanyakan konsumen masih lebih memilih media cetak dibanding media elektronik.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan baik dengan metode yang sama ataupun berbeda untuk menguatkan hasil yang telah diperoleh, dan juga untuk membandingkan hasil satu sama lain.
4. Perlu dilakukan penelitian di apotek lain wilayah Kiaracandong tentang “Peran Apotek Sebagai Tempat

Pelayanan Informasi Obat Berdasarkan Persepsi Konsumen”

REFERENSI

1. UU RI. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. 2009.
2. Permenkes RI. Peraturan Menteri Kesehatan no. 35 tahun 2014, Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek. 2014.
3. R SH, R G, Sistem dan Kebijakan Kesehatan P, Litbangkes B. Persepsi Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Apotek Di Tiga Kota Di Indonesia. Juni. 2009;13.
4. Peraturan Menteri Kesehatan No 09 Tahun 2018 Tentang Apotek.
5. Rusly. Modul Bahan Ajar Farmasi Rumah Sakit Dan Klinik [Internet]. Jakarta: Kemenskes RI; 2016.
6. Sugihartono, dkk. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Pers; 2007.
7. Lopez J, S. The Encyclopedia of Positive Psychology. In UK: Blackwell Publishing; 2009.
8. Kolter, Philip. Marketing Management, Analisa Planning and Control (manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian) Terjemahan Herujati & Jaka Wasana. XI. Jakarta: Penerbit Erlangga; 2007.