**ARTIKEL**

 **PENGARUH PERSONEL, BUKTI FISIK DAN PROSES TERHADAP KEPUASAN PASIEN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PASIEN**

**DI INSTALASI FARMASI SHBC TAHUN 2019**

**NENENG NIA KURNIASIH**

**NPM : 168 020 050**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2019**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh personel, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pasien dan implikasinya terhadap minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC Tahun 2019. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan, kepuasan dan minat pembelian ulang pasien khususnya Santosa Hospital Bandung Central dan Rumah Sakit di Kota Bandung pada umumnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, Pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2019. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara umum personel, bukti fisik, proses, kepuasan dan minat pembelian ulang di Instalasi Farmasi SHBC cenderung kurang baik. Terdapat pengaruh personel, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pasien baik secara parsial maupun simultan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap minat pembelian ulang. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel personel lebih dominan mempengaruhi kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC, disusul kemudian bukti fisik dan proses.

Kata Kunci : Personel, Bukti Fisik, Proses, Kepuasan Pasien, Minat Pembelian Ulang

*ABSTRACT*

*This study aims to determine and analyze the influence of personnel, physical evidence and processes on patient satisfaction and their implications for the interest in repurchasing patients at the SHBC Pharmacy Installation in 2019. The results of this study are expected to improve service, satisfaction and interest in repurchasing patients, especially Santosa Hospital Bandung Central and hospitals in the city of Bandung in general.*

*The research method used is descriptive and verification analysis. Data collection used was interviews using a questionnaire accompanied by observation and literature techniques, sampling using consecutive sampling. Data collection in the field was carried out in 2019. Data analysis techniques used Path Analysis.*

*The results showed that in general personnel, physical evidence, processes, satisfaction and interest in repurchasing at the SHBC Pharmacy Installation tended to be unfavorable. There is the influence of personnel, physical evidence and processes on patient satisfaction both partially and simultaneously and patient satisfaction affects the interest in repurchase. Partially, it can be seen that personnel variables are more dominantly affecting patient satisfaction at the SHBC Pharmacy Installation, followed by physical evidence and process.*

*Keywords: Personnel, Physical Evidence, Process, Patient Satisfaction,
Repeat purchase*

1. **PENDAHULUAN**

Peningkatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dimungkinkan dapat mengurangi kegagalan pelayanan dan memberikan kepuasan (Matilla, 2012:401). Bila hal tersebut dapat diwujudkan maka pelanggan senantiasa akan mengkonsumsi dan berperilaku positif terhadap jasa tersebut. Pada kenyataannya, menciptakan pelanggan tersebut tidaklah mudah. Perusahaan membutuhkan produk yang memiliki nilai yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan yang berlaku. Selain itu perusahaan menghadapi tantangan tersendiri dalam menghadapi konsumennya, karena pada saat ini konsumen dapat lebih leluasa memilih produk, merek, dan produsen yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Untuk itu perusahaan saling berlomba memberikan nilai tertinggi bagi konsumen, karena konsumen menginginkan nilai maksimum dengan dibatasi oleh biaya pencarian, keterbatasan pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan. Semakin besar manfaat yang diberikan dibandingkan dengan harganya, maka semakin besar nilai yang diperoleh pelanggan terhadap produk tersebut.

Menurut Assael (2010:203) keinginan untuk membeli merupakan tendensi konsumen untuk membeli produk. Pengukuran keinginan untuk membeli tersebut merupakan suatu hal yang penting dalam pengembangan strategi pemasaran, para pemasar biasanya mencoba elemen-elemen dari bauran pemasaran mana yang menentukan atau berpengaruh pada konsumen untuk membeli produk. Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran, dan dengan demikian dapat memecahkan masalahnya, dengan kata lain proses pemecahan suatu masalah yang diarahkan pada sasaran.

Berdasarkan hasil pra survei yang penulis lakukan mengenai bauran pemasaran jasa di Instalasi Farmasi SHBC dapat diketahui bahwa variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, fasilitas fisik, proses, dan karyawan belum sepenuhnya baik, dimana proses, bukti fisik, dan karyawan merupakan bauran pemasaran yang dipersepsikan pasien masih kurang baik.

Hasil tersebut didukung dengan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan kepada pasien instalasi farmasi SHBC terdapat keluhan mengenai pelayanan pasien dalam operasional sehari-hari, mengenai waktu tunggu yang lama, kurang lengkapnya obat-obatan, mahalnya obat-obatan, ruang tunggu yang terbatas dan kurang nyaman yang tidak tersedianya kipas angin/AC, dan tidak adanya fasilitas majalah. Mengingat peran apotik yang cukup besar sebagai sumber dana rumah sakit, serta semakin banyaknya pesaing apotik-apotik disekitar SHBC, maka sudah selayaknya bahwa rumah sakit menaruh perhatian lebih besar terhadap peningkatan mutu pelayanan apotik rumah sakit agar pasien tidak beralih menebus obat di apotik lain.

Peningkatan kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berasal dan sudut Santosa Hospital Bandung Central saja, tetapi harus pula dan sudut pandang pasien. Santosa Hospital Bandung Central harus pula mengetahui keinginan dan kebutuhan pasien, oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan harus benar-benar diperhatikan. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan konsumen dan akan dapat tercipta kepercayaan yang menimbulkan kepuasan yang tinggi, yang akan mengakibatkan perubahan pangsa pasar dan profit bagi penyedia jasa. Oleh karena itu Santosa Hospital Bandung Central harus mengetahui keinginan dan kebutuhan pasien pada saat ini, karena pasien yang tidak puas terhadap jasa yang diberikan rumah sakit akan cenderung mencari penyedia jasa lain yang dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyedia jasa. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan penyedia jasa dapat memahami harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia jasa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui usaha memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pasien yang kurang menyenangkan.

Berdasarkan uraian diatas tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang dan kepuasaan pasien maka peneliti tertarik untuk menelitinya lebih lanjut apa penyebab dari minat pembelian ulang pasien menurun. Judul penelitian yang diajukan adalah : **“Pengaruh Personel, Bukti Fisik dan Proses Terhadap Kepuasan dan Implikasinya Terhadap Minat Pembelian Ulang di Instalasi Farmasi SHBC Tahun 2019”.**

**Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah merupakan proses merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap personel, bukti fisik proses, kepuasan dan minat pembelian ulang.

**Identifikasi Masalah**

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang makin maju dibidang kefarmasian, maka telah terjadi pergeseran orientasi pelayanan kefarmasian dari awalnya hanya pengelolaan obat sebagai menjadi pelayanan ke pasien yang komprehensif (*pharmaceutical care*). Hal ini juga diakibatkan tuntutan pasien dan masyarakat yang semakin beragam akan mutu pelayanan sehingga mengharuskan adanya perubahan paradigma pelayanan dari paradigma awal yang berorientasi pada produk obat menjadi paradigma baru yang berorientasi pada pasien.

Akibat dari perubahan orientasi tersebut, apoteker/tenaga teknis kefarmasian sebagai tenaga farmasi dituntut untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan perilaku agar dapat berinteraksi langsung dengan pasien. Pelayanan kefarmasian yang baik adalah pelayanan yang berorientasi langsung dalam proses penggunaan obat, bertujuan menjamin keamanan, efektifitas dan kerasionalan penggunaan obat dengan menerapkan ilmu pengetahuan dan fungsi dalam perawatan pasien, monitoring penggunaan obat untuk mengetahui tujuan akhir serta kemungkinan terjadinya kesalahan pengobatan (*medication* error) serta pengobatan berbasis pasien dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup pasien.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian ini adalah proporsi kunjungan instalasi farmasi dengan resep obat yang rendah, dapat dikatakan bahwa SHBCkehilangan pemasukan pendapatan yang diperoleh dari instalasi farmasi. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien rawat jalan masih rendah. Penelitian ini dilakukan untuk mencari lebih rinci tentang tingkat kepuasan pasien rawat jalan terhadap pelayanan instalasi farmasi dikaitkan dengan minat pasien menebus kembali resep obat di Instalasi Farmasi SHBC. Studi ini juga dilakukan untuk mengidentifikasi determinan penggunaan layanan di Instalasi Farmasi SHBC.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pasien tentang personel, bukti fisik dan proses di Instalasi Farmasi SHBC.
2. Bagaimana tingkat kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC.
3. Bagaimana minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC.
4. Seberapa besar pengaruh personel, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC baik secara parsial maupun simultan.
5. Seberapa besar pengaruh kepuasan pasien terhadap minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC.

**Tujuan Penelitian**

Beranjak dari identifikasi permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mengetahui dan mengkaji:

1. Kinerja personel, bukti fisik dan proses pelayanan di Instalasi Farmasi SHBC.
2. Tingkat kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC.
3. Minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC.
4. Besarnya pengaruh personel, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC baik secara parsial maupun simultan.
5. Besarnya pengaruh kepuasan pasien terhadap minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC.

**Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis diharapkan dapat diperoleh manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

**Manfaat Teoritis**

1. Diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu manajemen utamanya manajemen rumah sakit tentang personel, bukti fisik, proses, kepuasan dan minat pembelian ulang.
2. Diharapkan dapat menambah wawasan tentang ilmu manajemen khususnya manajemen rumah sakit serta lebih memahami masalah secara objektif, ilmiah dan rasional tentang kualitas pelayanan kefarmasian.

**Manfaat Praktis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Santosa Hospital Bandung Central dalam menyelenggarakan kualitas pelayanan kefarmasian.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan, kepuasan dan minat pembelian ulang pasien khususnya Santosa Hospital Bandung Central dan Rumah Sakit di Kota Bandung pada umumnya.

**II. KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS**

**Kerangka Pemikiran**

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang memudahkan rumah sakit dalam mencapai tujuan pemasarannya. Komponen- komponen dalam bauran pemasaran di antaranya *product* (produk), *place* (lokasi), *price* (harga), *promotion* (promosi), *people* (orang yang terkait dengan pelayanan), *process* (proses jasa) dan *physical evidence* (bukti fisik), dalam penelitian ini diambil variabel *people* (orang yang terkait dengan pelayanan), *process* (proses jasa) dan *physical evidence* (bukti fisik).

Petugas yang ada di rumah sakit terdiri tenaga medis dan tenaga penunjang medis serta tenaga nonmedis. Tenaga medis terdiri dari dokter ahli, dokter umum, dan perawat. Dokter sebagai kunci penting dalam pelayanan di suatu rumah sakit (Azwar, 2010). Petugas adalah semua pelaku yang melaksanakan penyajian jasa pelayanan kesehatan dalam waktu riil atau selama proses dan konsumsi jasa berlangsung, oleh karena itu dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah semua karyawan rumah sakit maupun konsumen/ pasien. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi pasien/ konsumen atau keberhasilan pelayanan (Yazid, 2012).

Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Proses penyampaian jasa sangat signifikan dalam menunjang keberhasilan pemasaran jasa (Puspaningtyas, 2010). Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan jasa mana yang disampaikan serta merupakan sistem penyajian atau operasi jasa. Proses merncakup prosedur pelayanan, termasuk didalamnya tahap- tahap yang dilalui.

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik rumah sakit dimana jasa rumah sakit disajikan dan yang langsung berinteraksi dengan pasien meliputi bangunan, kebersihan, fasilitas umum, kelengkapan peralatan, interior bahkan pakaian seragam. Tanda- tanda bukti fisk yang harus diberikan penyedia jasa juga dapat memberikan kesempatan untuk memberikan pesan- pesan yang kuat dan konsisten berkenaan dengan karakteristik jasa dan apa yang ingin ditampilkan atau dicapai pada segmen pasar sasaran.

Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa akan dipengaruhi oleh kegiatan oleh pemasar dan lembaga lainnya serta penilain dan persepsi konsumen itu sendiri. Proses keputusan pembelian akan tediri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi altenatif, pembelian, kepuasan konsumen. Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Persepsi konsumen akan mempunyai keputusan pembelian dikarenakan orang mempunyai kesukaan dan kebiasaan yang berbeda – beda sesuai dengan kondisi konsumen terutama didukung oleh kemampuan seseorang untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian.

Berdasarkan uraian diatas maka proses keputusan pembelian konsumen sangat ditentukan oleh faktor psikologi mereka sendiri antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian mereka, kemudian mengidentifikasi masukan – masukan informasi yang mereka peroleh mengenai barang atau produk kemudian mengevaluasinya untuk kemudian melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan kerangka pemikiran pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap minat pembelian ulang, maka dapat digambarkan sebagai berikut :

**PERSONEL**

1. Sikap
2. Komitmen
3. Kemampuan

Zethaml, Bitner dan Gremler (2011)

**PROSES**

1. Kenyamanan
2. Ketelitian
3. Kejelasan

Lovelock (2012)

**KEPUASAN PASIEN**

* Kecepatan
* Ketepatan
* Keramahan

Lupiyoadi (2010:145)

**BUKTI FISIK**

1. Tampilan fisik
2. Kelengkapan

Lovelock (2012)

**MINAT PEMBELIAN ULANG**

1. Kemungkinan membeli produk lagi
2. Kemungkinan mencoba produk lagi
3. Keinginan membeli produk lagi

RasouliDizaji, *at al* (2012) ;Youjae Yi and Suna La (2010)

Zeithaml, Bitner dan Gremler (2011:23)

Kotler dan Keller (2016:63)

Lovelock (2012)

Satrianegara (2014)

Sabarguna (2010)

Laeliyah, dan Subekti (2017)

Evi Sa’adah, Tatong Hariyanto, Fatchur Rohman (2015)

Pohan (2010)

Henry C et.al (2011)

Kiyai, Rattu, Maramis, Pangemanan (2017)

Azwar (2010)

Laeliyah, dan Subekti (2017)

Ni Luh Made Sulistyawati, dkk (2016)

Aydin dan Ozer (2011).

Akbar dan Parvez (2010)

Alexandre Mc dkk (2010)

Ferdinand (2011)

Pappas et al (2013)

Kotler dan Keller (2016:63)

Lovelock (2012)

**Gambar 1**

**Paradigma Penelitian**

**Hipotesis Penelitian**

1. Personel berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
2. Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
3. Proses berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
4. Personel, bukti fisik, dan proses berpengaruh terhadap kepuasan pasien
5. Kepuasan pasien berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2014:147).

Metode penelitian menurut Malhorta (2007:78) bahwa penelitian deskriptif dapat dilakukan untuk menggambarkan karakteristik kelompok yang relevan dengan penelitian, mengestimasi presentasi unit yang dispesifikan dalam populasi, menunjukan suatu perilaku tertentu, menentukan persepsi atas karakteristik suatu produk, menentukan tingkat keterkaitan variabel, serta membuat suatu prediksi khusus.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan perhitungan analisis jalur, maka hasil keseluruhan dari analisis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

0.286

0.286

0.688

0.636

0.785

**Kepuasan Pasien**

0.399

0.240

**Personel**

**Bukti Fisik**

**Proses**

R2YX1X2X3 = 76.00

**Minat Pembelian Ulang**

0.886

 0.215

R2ZY = 78.50

Gambar 2

Model Analisis jalur Secara Keseluruhan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel yaitu personel, bukti fisik dan proses berpengaruh terhadap kepuasan pasien baik secara parsial maupun simultan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

Pengaruh personel, bukti fisik, dan proses terhadap kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC sebesar 76%, sedangkan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti kualitas pelayanan. Sementara itu secara parsial dapat diketahui bahwa variabel personel dengan nilai sebesar 32.20% lebih mempengaruhi kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC, disusul kemudian bukti fisik sebesar 22.81% dan proses sebesar 21.37%, serta pengaruh kepuasan pasien terhadap minat pembelian ulang pasien sebesar 78.50%. Satrianegara (2014), menyatakan bahwa waktu tunggu di Instalasi Farmasi sangat tergantung pada ketanggapan, kemauan, kesiapan, sikap dan kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan. Serta ketepatan waktu dari pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pasien dalam pemenuhan kebutuhannya untuk mendapatkan pelayanan di rumah sakit. Menurut Sabarguna (2010), bahwa indikator kepuasan pasien adalah kecepatan penerimaan pasien oleh petugas pendaftaran atau cepatnya waktu tunggu untuk mendapatkan pelayanan, keramahan petugas , keterampilan petugas dan kenyamanan ruang tunggu.

Faktor lain yang mempengaruhi waktu tunggu pelayanan pasien di Instalasi Farmasi SHBC berdasarkan hasil penelitian, didapatkan dari teknisi kinerja para petugas dalam memberikan pelayanan pasien, diantaranya adalah kurangnya kedisiplinan dalam memulai dan mengakhiri pelayanan kepada pasien, kurangnya rasa kerjasama yang terjalin antar para petugas dalam melaksanakan pelayanan (petugas rekam medis, petugas poliklinik, perawat, dokter) sekaligus kesadaran para petugas akan pentingnya waktu tunggu pelayanan pasien di Instalasi Farmasi. Mengatasi masalah tersebut dapat dilakukan dengan peningkatan dalam kedisiplinan para petugas agar dapat terjalinnya kerjasama antar para petugas (petugas rekam medis, petugas poliklinik, perawat, dokter) dalam melaksanakan pelayanan kepada pasiennya. Laeliyah, dan Subekti (2017).

Aspek teknisi kinerja petugas dapat dijabarkan dalam pelayanan yang cepat, kedisiplinan petugas, keterampilan dan kemampuan petugas, dan petugas dapat dipercaya. Kedisiplinan petugas adalah suatu bentuk pelatihan yang berusaha memperbaiki dan membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku sehingga petugas tersebut berusaha bekerja secara kooperatif dengan para petugas lainnya serta meningkatkan dan tercapainya hasil yang maksimal dari kinerja yang dijalankan (Lusa, 2010). Menurut Buhang (2011), pelayanan yang cepat kepada pasien tidak lepas dari kerjasama antar petugas di rumah sakit. Hasil penelitian Evi Sa’adah, Tatong Hariyanto, Fatchur Rohman (2015) menunjukkan bahwa pelayanan farmasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, pelayanan farmasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mutu pelayanan farmasi mempengaruhi loyalitas pasien secara tidak langsung melalui kepuasan.

Menurut penelitian Alexandre Mc dkk (2017), kepuasan memiliki hubungan positif terhadap niat beli dan juga *customer loyality*. Setiap perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan supaya pelanggan menjadi puas. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan akan mempengaruhi keputusan membeli, sehingga harus diciptakan kualitas pelayanan yang memuaskan, agar bisa menarik pelanggan dan mempertahankan daya belinya. Penelitian yang dilakukan oleh Ifmaily (2011) menunjukkan pengaruh persepsi layanan farmasi berupa penampilan, kemudahan pelayanan, ketersediaan obat, kecepatan pelayanan petugas, kompetensi, pemberian informasi obat, dan keramahan petugas terhadap minat beli obat.

Menurut Ferdinand (2011) terdapat empat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat beli ulang. Keempat indikator tersebut yakni minat transaksional, minat eksploratif, minat preferensial, serta minat referensial. Adanya minat pelanggan untuk melakukan keempat indikator tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan pada kegiatan konsumsi sebelumnya. Kepuasan pelanggan tersebut yang nantinya memicu keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Dalam penelitian yang dilakukan Changsu Kim (2012) serta penelitian yang dilakkan oleh Pappas et al (2013) dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

**V. SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

**Simpulan**

1. Persepsi pasien di Instalasi Farmasi SHBC mengenai personel, bukti fisik, dan proses, yaitu sebagai berikut:
2. Personel yang terdiri dari dimensi sikap, komitmen, dan kemampuan di Instalasi Farmasi SHBC diinterpretasikan dalam kriteria kurang baik. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi komitmenmemberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi kemampuan memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu petugas kurang cepat tanggap dalam menyiapkan obat dan petugas kurang tanggap terhadap masalah pasien.
3. Bukti fisik yang terdiri dari dimensi tampilan fisik, dan kelengkapandi Instalasi Farmasi SHBC diinterpretasikan dalam kriteria kurang baik. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi kelengkapanmemberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi tampilan fisik memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu penataan loket, jalur antrian kurang teratur, dan harga obat yang relatif mahal.
4. Proses yang terdiri dari dimensi kenyamanan, ketelitian, dan kejelasandi Instalasi Farmasi SHBC diinterpretasikan dalam kriteria kurang baik. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi kenyamananmemberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi ketelitian memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu petugas apotek dalam melayani kurang cepat dan desain ruangan/bangunan instalasi farmasi yang kelihatan kurang bersih.
5. Kepuasan pasien yang terdiri dari dimensi kecepatan, ketepatan, dan keramahan di Instalasi Farmasi SHBC diinterpretasikan dalam kriteria kurang puas. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi ketepatan memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi kecepatan dan keramahan memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu waktu tunggu untuk menerima obat yang lama dan petugas kurang sabar mendengar keluhan pasien.
6. Minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC untuk menebus kembali resep obat relatif rendah, rendahnya minat pasien untuk kembali menebus obat ini dikarenakan faktor ketidak puasan responden akan pelayanan di Instalasi Farmasi SHBC, yaitu faktor harga obat yang mahal, dan waktu tunggu yang lama.
7. Pengaruh personel, bukti fisik, dan proses terhadap terhadap kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC baik secara parsial maupun simultan, yaitu dapat diketahui bahwa pengaruh secara simultan atau bersama-sama personnel, bukti fisik, dan proses terhadap kepuasan pasien sebesar 76.38%, sedangkan sisanya sebesar 23.62% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti kualitas pelayanan. Sementara itu secara parsial dapat diketahui bahwa variabel personnel dengan nilai sebesar 32.20% lebih mempengaruhi kepuasan pasien di Instalasi Farmasi SHBC, disusul kemudian bukti fisik sebesar 22.81% dan proses sebesar 21.37%
8. Pengaruh puasan pasien terhadap minat pembelian ulang pasien di Instalasi Farmasi SHBC sebesar 78.50%.

**Rekomendasi**

* + - 1. Perekrutan pegawai, baik petugas yang mengambil resep maupun yang mengelola resep diawali dengan proses seleksi sesuai dengan kompetensi. Kebutuhan pegawai pengelola resep idealnya adalah 30 pasien dipegang oleh 1 apoteker dalam pelayanan kefarmasian. Pada saat bekerja, pegawai baru dan lama diberikan pembinaan dengan adanya pelatihan untuk dapat meningkatkan kualitas SDM agar dapat memberikan mutu pelayanan yang baik. Pegawai diharapkan agar lebih sabar, murah senyum, dan ramah dalam menanggapi berbagai pertanyaan, dan keluhan dari pasien, kemudian pemberian penghargaan (*reward*) dan sanksi (*punishment*) yang jelas kepada pegawai agar pegawai termotivasi dan bersemangat dalam bekerja, sehingga petugas dapat dengan segera menyiapkan obat dan tidak terjadi penumpukan resep obat pada loket penerimaan resep;
			2. Dalam memperbaiki mekanisme sistem informasi manajemen yang baik untuk menghindari penumpukan resep obat pada loket penerimaan resep, diharapkan pihak Instalasi Farmasi SHBC membuat sistem *online*, dimana setelah dokter memeriksa pasien, dokter meresepkan obat langsung *via online* ke instalasi farmasi;
			3. Pembuatan SOP agar masing-masing petugas dapat melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik untuk kepentingan dan kesejahteraan pasien, guna menghindari sistem kerja borongan yang dapat menyebabkan banyaknya beban pekerjaan, kemudian dalam mengintervensi beban kerja ini sebaiknya perlu diperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh pada kegiatan yang dilakukan yaitu jumlah resep perhari, volume perbekalan farmasi, petugas yang bekerja.
			4. Pembenahan ruang tunggu agar diperluas, dan menyediakan tempat duduk yang nyaman. Dengan cara memperluas infrastruktur ruang tunggu pasien yang nyaman, bersih, tidak lembab, dan adanya ventilasi. rumah sakit juga harus menyediakan sarana penunjang untuk mengurangi kejenuhan pasien dalam menunggu obat contohnya penyediaan AC, TV, koran/majalah, serta ditertibkannya jalur antrian agar lebih teratur melalui penggunaan nomer antrian yang tersedia dilayar monitor.
			5. Peneliti selanjutnya dengan tema sejenis disarankan untuk mencoba meneliti berdasarkan perbedaan jenis pasien misalnya tentang perbedaan kepuasan pasien lama dan pasien baru atau pasien umum dan pasien BPJS serta menganalisa beban kerja petugas di Instalasi Farmasi SHBC.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alpern, D., & Grayson, K. 2010. ’Cognitive and affective trust in service relationship’, *Journal of Bussiness Research,* vol. 58, pp. 500–7.

Anderson, Erin and Barton Weitz, 2011. The Use of Pladges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels, *Jurnal of Marketing Research*, Vol.29. No.1 18-34.

Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Bloemer, Josee and Gaby Odekerken-Schroder. 2009. Store Satisfaction and Stor Loyalty Explained by Customer and Store Related Factors. *Jurnal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 15: 68- 83.

Capgemini & RBC Wealth Management Capgemini Financial Service Analysis, 2017.

Chiou, J.S., Droge, C., & Hanvanich, S. 2010. ’Does customer knowledge affect how loyalty form ?’ *Journal of Services Research,* vol. 5, no. 2, pp. 113–24.

Cravens, David W., 2010, *Strategic Marketing*, Sixth Edition, Irwin McGraw-Hill, Boston.

Fecikova, I. 2010,‘‘An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction’’, *The TQM Magazine*,Vol.16, No.1, pp. 57-66.

Fornell, M., & Wernerfelt, B. 2010. Defensive marketing strategi by customer complaint management: A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 4, 337- 346.

Gomez, Faustino Cardodo. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Andi Offset.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management.* 15th edition. England : Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong., 2010, *Principles Of Marketing*, 14th Edition, PrenticeHall Pearson, USA.

Kurtz D.L. et Clow K.E. 2011, Services marketing, John Wiley & Sons, New York.

Lau, Geok Then dan Sook Han Lee. 2010. Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty . *Journal of market Focused Management.*

Lovelock, H Cristopher and Wright K Lauren, 2012. Manajemen Pemasaran Jasa. Alih Bahasa Agus Widyantoro. PT. Indeks.

Manullang. M. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi ke-3. Yogyakarta: Gadjah Mada University press.

Mangkunegara, AP. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Malhotra, N. K. 2011. *Basic Marketing Research: Intergration Of Social Media (Fourth Edition)*; New Jersey: Pearson.

Mahmoud Abdulai Mahmoud, & Robert Ebo Hinson, & Maxwell Kofi Adika. 2018. The Effect of Trust, Commitment, and Conflict Handling on Customer Retention: TheMediating Role of Customer Satisfaction. *Journal Of Relationship Marketing*. 2018 Vol. 0, No. 0, 120.

Mashuri, dan M. Zainudin, 2010, Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif, Bandung: Refika Aditama.

Morgan, RM and Hunt, S.D, 2010. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”, *Journal of Marketing*, vol 58, 20-38.

Mowen, John C., & Minor, Michael. 2012. *Consumer Behavior*, 6th Edition, New Jersey : Prentice Hall.

Mullins, John W and Walker C, Orville. 2010. *Marketing Management : A Strategic Decision- Making Approach 7th Edition*, The McGraw Hill Companies, New York USA.

Payne, Adrian. 2010. *The Essense of Service Marketing*. Pemasaran Jasa. Prentice Hall. Essence of Management Series.

Riduwan dan Sunarto. 2014. Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Robbins, Stephen P dan Coulter. M. 2013. Manajemen Edisi Kedelapan Jilid 2. PT Indeks, Jakarta.

Saladin, Djaslim. 2013, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung.

Santoso, Singgih.2010. Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Cetakan Pertama, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, PT Gramedia, Jakarta

Schiffman, l.G. dan Kanuk, Leslie L. 2010. Consumer Behavior. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.

Soderlund, M. and Öhman, N.,. 2013. “Behavorial Intentions in Satisfaction Research Revisited”, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, Vol. 12, 53 – 66.

Stoner, James.A.F. 2008. *Management*, Prentice Hall International,Inc Englewood Cliffs, New York.

Stanton, William J, 2012. Prinsip Pemasaran, Edisi 7, Alih Bahasa : Y. Lamarto dan Sadu Sundaya, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing. Anggota IKAPI Jatim.

Tjiptono, Fandy & Dadi, Gregorius,. 2010. Pemasaran Strategis. Yogyakarta : Andi Offset.

Trihendradi, C. 2012. Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik. Yogyakarta: ANDI.

Umar, Husein, 2013, “Metodologi Penelitian”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Zeithaml, Bitner and Gremler. 2011. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the firm*. Fifth edition. New York. Mc. Graw Hill international Edition.

Zeithaml, Valerie A., and Marie Jo Bitner. 2010. S*ervice Marketing.* McGrawhill:New York.