

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan kefarmasian di Apotek Al Shihah Kota Malang, pada semua dimensi menunjukkan hasil kepuasan yang sangat tinggi yakni sebesar 78,18%.

Sedangkan tingkat kepuasan dari masing-masing dimensi antara lain, pada dimensi dimensi *Tangible* memiliki tingkat kepuasan 77,13% masuk dalam kategori sangat tinggi, dimensi *Reliability* memiliki tingkat kepuasan dengan persentase sebesar 81,88% masuk dalam kategori sangat tinggi, dimensi *Responsivness* memiliki tingkat kepuasan sebesar 77,50% masuk dalam kategori sangat tinggi, dimensi *Assurance* memiliki tingkat kepuasan sebesar 77,88% masuk dalam kategori sangat tinggi, dan dimensi *Emphaty* memiliki tingkat kepuasan sebesar 76,50% masuk dalam kategori sangat tinggi.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Apotek Al Shihah. Berikut adalah saran untuk setiap dimensi:

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*):

- 1) Membangun atau memperbaiki fasilitas fisik berupa pemberian fasilitas hiburan seperti TV, dan senantiasa menjaga apotek agar tetap bersih, terorganisir, dan nyaman bagi konsumen.
- 2) Transaksi stok obat-obatan disusun dengan rapi dan mudah diakses.

3) Mengisyaratkan bahwa semua peralatan medis dan farmasi dalam kondisi baik dan terawat dengan baik.

2. Keandalan (*Reliability*):

1) Menjaga persediaan obat selalu mencukupi dan tidak pernah kehabisan stok yang diperlukan.

2) Mengurangi waktu tunggu pelanggan untuk mengambil obat atau berkonsultasi dengan apoteker.

3) Mentransaksikan obat-obatan yang disediakan berkualitas tinggi dan sesuai dengan standar.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*):

1) Memberikan pelatihan kepada staf untuk memberikan layanan dengan cepat dan efisien.

2) Menyediakan sistem pemesanan obat secara online atau melalui telepon untuk mempermudah pelanggan.

3) Mendengarkan dan menerima masukan dan keluhan pelanggan dengan baik dan memberikan tanggapan yang tepat waktu.

4. Jaminan (*Assurance*):

1) Persepsi bahwa semua apoteker dan staf apotek memiliki kualifikasi yang sesuai dan berlisensi.

2) Memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan tentang dosis, efek samping, dan interaksi obat.

3) Memberikan garansi atau kebijakan pengembalian untuk produk-produk yang rusak atau tidak sesuai.

5. Empati (*Empathy*):

- 1) Mendorong staf untuk berbicara dengan lembut dan ramah terhadap pelanggan.
 - 2) Mempelajari keterampilan komunikasi yang baik, termasuk mendengarkan dengan cermat terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan.
 - 3) Memberikan dukungan emosional kepada pelanggan yang mungkin sedang mengalami masalah kesehatan yang serius.
6. Disarankan bagi peneliti selanjutnya dan diteruskan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap unsur pelayanan yang lain. Seperti unsur pelayanan yang belum sempat diteliti oleh peneliti sebelumnya serta penelitian secara analitik yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel yang ada. Dan juga hasil penelitian ini dapat ditambahkan ke dalam penelitian-penelitian yang berhubungan dengan kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian.