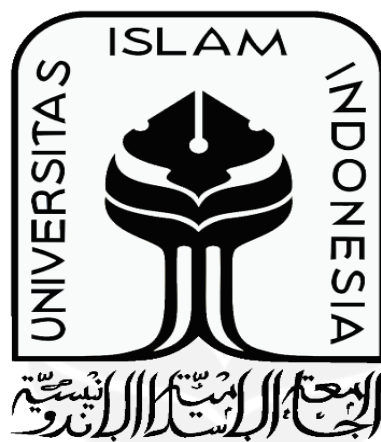


**oPENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (*SERVICE QUALITY*) PADA  
LAYANAN APOTEK MENGGUNAKAN *METODE SERVQUAL*,  
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*, DAN *SERVICE  
BLUEPRINT***

**(Studi Kasus Apotek UII)**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**

**Nama : Muhammad Wahyudi**

**No. Mahasiswa : 18522004**

**PROGRAM STUDI TEKNIK  
INDUSTRI FAKULTAS TEKNOLOGI  
INDUSTRI UNIVERSITAS ISLAM  
INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrohmanirrohim, demi Allah SWT saya ucapkan bahwa laporan skripsi ini merupakan dari hasil kerja keras saya dan dengan jujur saya mengerjakannya. Jika dikemudian hari terdapat unsur kebohongan, maka saya siap diberikan sanksi yang setegas – tegasnya. Terimakasih

Yogyakarta, 18 Agustus 2022



Muhammad wahyudi

الجمعة الائمة الاندو

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN



### APOTEK UII FARMA

Jl. Kaliurang No.Km 14,5, Lodadi, Umbulmartani, Kec. Ngemplak,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584, Indonesia

---

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad wahyudi  
NIM : 18522004  
Jurusan : Teknik Industri  
Fakultas : Teknologi Industri  
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian di Apotek UII FARMA Yogyakarta dengan judul penelitian "*Peningkatan Kualitas Layanan (Service Quality) pada Layanan Apotek Menggunakan Metode ServQual, Importance Performance Analysis (IPA), dan Service Blueprint*" (Studi Kasus Apotek UII).

Demikian surat ini dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Yogyakarta, 6 Agustus 2022



**Apt. Fitra Romadhonyah, S. Farm.**

Wakil Direktur PT.Unisia Polifarma

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING**

**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (*SERVICE QUALITY*) PADA  
LAYANAN APOTEK MENGGUNAKAN *METODE SERVQUAL, IMPORTANCE  
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN SERVICE BLUEPRINT***

**(Studi Kasus Apotek UII)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Oleh :

**Nama : Muhammad Wahyudi**

**Nim : 18522004**

Yogyakarta, 25 Agustus

2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



**Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T**

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI**

**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (*SERVICE QUALITY*) PADA  
LAYANAN APOTEK MENGGUNAKAN *METODE SERVQUAL, IMPORTANCE  
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN SERVICE BLUEPRINT*  
(Studi Kasus Apotek UII)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Wahyudi

No Mahasiswa: 18522004

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam

Indonesia

Yogyakarta, 28 September 2022

**Tim Penguji**

**Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T.**

**Ketua**

**Ir. Muhammad Ragil Suryoputro, S.T., M.Sc.**

**Anggota I**

**Elanjati Worldailmi, S.T., M.Sc**

**Anggota II**

Mengetahui

Ketua Prodi Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia



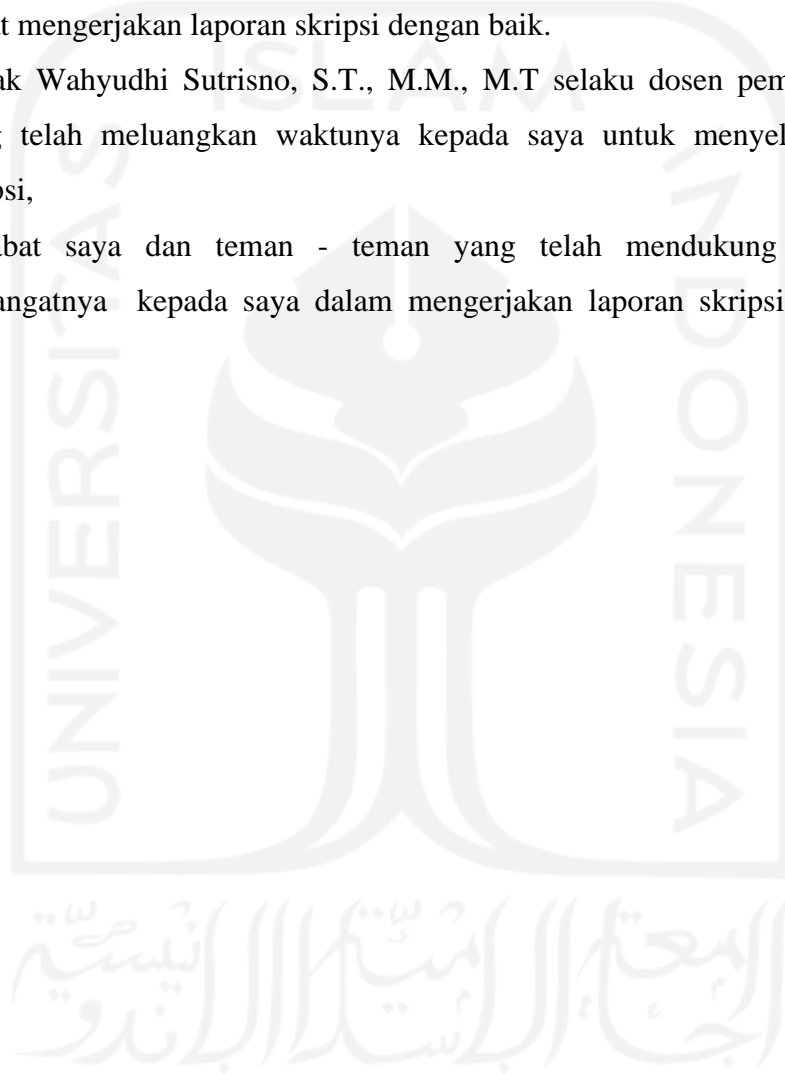
**Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan puji syukur laporan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua serta abang kandung yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepada saya, sehingga mampu menjadi anak yang percaya diri serta dapat mengerjakan laporan skripsi dengan baik.
2. Bapak Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya kepada saya untuk menyelesaikan laporan skripsi,
3. Sahabat saya dan teman - teman yang telah mendukung serta memberi semangatnya kepada saya dalam mengerjakan laporan skripsi sampai selesai.



## HALAMAN MOTTO

*“Kita boleh saja kecewa dengan apa yang telah terjadi, tetapi jangan pernah kehilangan harapan untuk masa depan yang lebih baik.”*

(Bambang Pamungkas)

*“Tujuan dari sebuah ilmu itu adalah untuk mengamalkannya, maka ilmu yang hakiki adalah ilmu yang terefleksikan dalam kehidupannya, bukan ilmu yang hanya bertengger di kepala.”*

(Imam Syafii)



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan jasmani maupun rohani sehingga saya dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul: “Peningkatan Kualitas Layanan (*Service Quality*) Pada Layanan Apotek Menggunakan *Metode Servqual, Importance Performance Analysis (Ipa)*, Dan *Service Blueprint*” (studi kasus Apotek UII). Saya dalam melakukan penyusunan laporan skripsi ini mendapatkan dukungan dan bantuan melalui berbagai pihak. Mungkin tanpa bantuan dan dukungan pihak – pihak tersebut, penyusunan laporan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik . saya mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia,
2. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D.,IPM selaku Ketua Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia,
3. Bapak Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis,
4. Kepada kedua orang tua dan abang kandung yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran dalam mengerjakan laporan skripsi,
5. Apotek UII Farma yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang telah memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian skripsi
6. Bapak Fitra selaku wakil direktur PT. Unisia Polifarma
7. Imam Khoiru selaku sahabat saya dan teman – teman jurusan Teknik Industri 2018 yang telah memberikan dukungannya dan semangatnya secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam hal ini penulis menyadari masih ada kekurangan dalam melakukan penulisan laporan skripsi. Penulis berharap adanya kritik serta saran agar dikemudian hari bisa menjadi lebih baik lagi .

Wassalamu’alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta. 18 Agustus 2022





Muhammad wahyudi



## ABSTRAK

Banyaknya pelanggan yang berkunjung di Apotek UII terutama di sore hari – malam hari menyebabkan terjadinya intensitas pelanggan yang sangat ramai. Maka pada Apotek UII terjadinya komplean terhadap pelayanan yang seperti pelayanan terkait pembelian obat – obatan dan pelayanan lainnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Apotek UII, dapat mengetahui dimensi apa saja yang perlu di perbaiki serta melakukan design *service blueprint*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Service blueprint*.

Berdasarkan metode perhitungan *Servqual*, didapatkan hasil gap di setiap 5 dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) yaitu gap -0,67, gap -0,56, gap -0,66, gap -0,41, gap -0,02. Gap yang diperoleh bernilai negatif maka pelayanan yang diberikan harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi. Hasil *service blueprint* menunjukkan letak titik – titik pelayanan yang harus diperbaiki yaitu titik warna merah (prioritas utama) yaitu petugas mencatat keluhan atau produk yang ingin dibeli oleh pelanggan yang termasuk kedalam atribut Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.

Kata kunci : *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*,  
*Service Blueprint*

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
1.6 Sistematika Penelitian .....	3
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	5
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	5
2.1.3 Dimensi Kualitas pelayanan.....	6
2.1.4 Service Quality (Servqual).....	6
2.1.5 Importance-Performance Analysis (IPA).....	7
2.1.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	9
2.1.7 Service Blueprint .....	10
2.1.8 Kajian Literatur.....	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Lokasi dan Objek penelitian.....	19
3.2 Subjek Penelitian.....	19
3.3 Sumber Data.....	19
3.1.1 Data Primer.....	19

3.1.2	Data Sekunder .....	20
3.4	Metode Pengambilan data .....	20
3.5	Alat Bantu .....	20
3.6	Alur penelitian.....	21
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>		<b>25</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	25
4.1.1	Sejarah dan Profil Perusahaan .....	25
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	26
4.1.3	Data Kuesioner .....	26
4.1.4	Karakteristik responden .....	28
4.2	Pengolahan Data.....	30
4.2.1	Uji kecukupan data.....	30
4.2.2	Uji Validitas .....	31
4.2.3	Uji Reabilitas.....	33
4.2.4	Perhitungan <i>Servqual</i> .....	34
4.2.5	Importance Performance Analysis .....	37
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>		<b>39</b>
5.1	Analisis Data .....	39
5.1.1	Analisis Hasil Nilai <i>Servqual</i> .....	39
5.1.2	Analisis Hasil Nilai Importance Performance Analysis.....	41
5.1.3	Analisis Service Blueprint.....	43
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>46</b>
6.1	Kesimpulan .....	46
6.2	Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Kajian Literatur.....	10
Tabel 4. 1 Dimensi dan Atribut Pertanyaan.....	26
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	28
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan/ Prodi.....	29
Tabel 4. 5 Transaksi pada Apotek UII.....	29
Tabel 4. 6 Frekuensi Kedatangan .....	30
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	32
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 9 Perhitungan Gap Tiap Atribut .....	34
Tabel 4. 10 Perhitungan Gap Tiap Dimensi .....	36
Tabel 5. 1 Atribut I .....	41
Tabel 5. 2 Atribut Kuadran II .....	41
Tabel 5. 3 Atribut Kuadran III.....	42
Tabel 5. 4 atribut Kuadran IV .....	43

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Logo Apotek UII.....	25
Gambar 4. 2 Posisi Atribut Pada Diagram Kartesius.....	37
Gambar 4. 3 Posisi Dimensi Pada Diagram Kartesius.....	37
Gambar 5. 1 Service Blueprint.....	44



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 35 tahun 2014, Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukannya praktik oleh Apoteker. Pelayanan kefarmasian ialah pemberian pelayanan secara langsung dan bertanggung jawab kepada pasien yang membutuhkan pengobatan dan kefarmasian. (Yulia et al., 2016). Sarana pelayanan kefarmasian serta praktek kefarmasian dilakukan oleh apoteker yang menjamin mutu pelayanan kefarmasian di apotek, mutu pelayanan kefarmasian perlu diperbaiki (Narendra et al., 2017).

Pelayanan farmasi merupakan salah satu pelayanan kesehatan di Indonesia yang dituntut mengubah orientasinya dari *drug oriented* menjadi *patient oriented*. Namun, pada kenyataannya masih banyak apotek yang berfungsi sebagai ritel farmasi, yang hanya berorientasi kepada produk (Yulia et al., 2016). Pelayanan yang diberikan harus mendapatkan rasa puas terhadap pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang dipakai untuk mengukur kualitas layanan sebuah jasa berupa pelayanan yang diberikan. (Mas'ud, 2009).

Apotek UII merupakan suatu apotek yang bergerak dibidang layanan dan jasa yang pengelolaanya dilakukan oleh PT Unisia Polifarma yang didirikan pada tahun 2002. Apotek UII beralamat di daerah Jl. Kaliurang Km 14,4 Umbulmartani, Ngemplak Sleman, tepatnya di sebelah utara pintu masuk Kampus UII terpadu. Apotek UII terbuka untuk umum dan mahasiswa UII yang ingin membeli obat maupun resep dokter yang diberikan oleh pasien. Di apotek terdapat pelayanan yang diberikan seperti pembelian obat – obatan, konsultasi, perawatan dan pelayanan lainnya yang diberikan oleh Apotek

UII. Hampir setiap hari pengunjung di Apotek UII hampir tidak pernah sepi oleh kunjungan para pasien yang ingin membeli obat ataupun untuk menebus resep obat yang dimiliki pasien.

Menurut informasi yang diperoleh dari pihak Direksi Apotek UII berdasarkan hasil konsultasi dan observasi dilapangan, banyaknya pelanggan yang berkunjung di Apotek UII terutama di sore hari – malam hari menyebabkan terjadinya intensitas pelanggan yang sangat ramai, jumlah pelanggan yang sangat ramai, dapat menyebabkan terjadinya komplain terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek UII seperti pelayanan terkait pembelian obat – obatan dan pelayanan lainnya yang diberikan pada saat intensitas pelanggan yang cukup ramai.

Apotek UII menjadi objek penelitian, dikarenakan belum pernah adanya dilakukan penelitian terkait survei kepuasan pelanggan di tempat tersebut. Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek UII agar meminimalisir terjadinya komplain oleh pelanggan dan bisa membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan yang baik.

Berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek UII, penelitian kali ini menggunakan metode *Servqual* yang berfungsi untuk sebagai parameter kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan, kemudian untuk hasil dari *Service Quality* maka digunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk memperjelas apa saja atribut atribut yang bisa dijadikan prioritas terkait atribut apa saja yang yang perlu ditingkatkan dan dibutuhkan. Untuk output dari keseluruhan yang dilakukan berupa *Service Blueprint* yang berisikan aliran proses sebuah layanan yang diberikan oleh Apotek UII.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini merupakan rumusan masalah dari latar belakang:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek ?
2. Apa saja dimensi pelayanan yang perlu diperbaiki oleh Apotek untuk meningkatkan kualitas pelayanan ?
3. Bagaimana rancangan *service blueprint* yang sesuai perbaikan?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan Tujuan Penelitian:

1. Dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Apotek UII
2. Dapat mengetahui dimensi apa saja yang perlu diperbaiki pada Apotek UII.
3. Dapat melakukan desain layanan Apotek UII dengan menggunakan *service blueprint*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan manfaat penelitian yang didapatkan:

1. Bagi Peneliti  
Dapat menambah pengetahuan terkait permasalahan di lingkungan kerja dan dapat memecahkan permasalahan tersebut secara nyata, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah keterampilan dan pengalaman peneliti.
2. Bagi Perusahaan dan Perguruan Tinggi  
Dapat terjalin hubungan komunikasi yang baik dari perusahaan untuk perguruan tinggi. Perusahaan dapat mengetahui cara meningkatkan pelayanan dengan baik dan dapat mengetahui permasalahan yang ada setelah dilakukan analisis menggunakan metode yang sudah dilakukan.

### 1.5 Batasan Masalah

Berikut ini merupakan Batasan masalah:

1. Hanya menggunakan metode *Servqual*, *Importance Performance Analysis*, dan *Service Blueprint*
2. Pengambilan data dilakukan dengan bantuan media *google form*
3. Output penelitian berupa rancangan *Service Blueprint* terhadap layanan Apotek UII

### 1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini ditulis berdasarkan kaidah penulisan ilmiah dan disusun sebagai berikut:

**BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II           KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi penjelasan teori yang berasal dari literatur berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang dapat mendukung menyelesaikan masalah.

**BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi metode pengumpulan data, objek penelitian, lokasi, dan langkah- langkah dalam alur penelitian yang dilakukan selama penelitian.

**BAB IV          PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi tentang data apa saja yang digunakan dan bagaimana cara mengolah data yang telah dikumpulkan. Data yang telah diolah kemudian akan dianalisis dan akan ditampilkan.

**BAB V           PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pembahasan dari hasil yang telah diperoleh dari pengolahan data.

**BAB VI          KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dan saran atau rekomendasi

## BAB II

### KAJIAN LITERATUR

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan berbanding dengan harapannya. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang terhadap kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007). Maka dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang mengenai apa saja yang telah dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan perbandingan dengan apa yang mereka inginkan (Lubis & Andayani, 2018),

##### 2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2008) merupakan sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerjanya dapat berupa tindakan berwujud maupun tindakan yang tidak berwujud. Jadi poin utamanya pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada *costumer* demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Lubis & Andayani, 2018),

### 2.1.3 Dimensi Kualitas pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan dan jasa menurut (Tjiptono & Chandra, 2011).

Untuk dimensi kualitas pelayanan yaitu:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba.

b. Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

e. Empati (*Emphaty*)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen,  
(Lubis & Andayani, 2018)

### 2.1.4 Service Quality (*Servqual*)

Metode *Servqual* adalah metode yang sangat populer untuk mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran mutu untuk fisik produk tidak berbeda dengan jasa industri. Setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala, yaitu apakah menurut nasabah hal tersebut penting dapat dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Setelah data didapatkan dari kuesioner maka dilakukan perhitungan rata – rata tiap pertanyaan dengan rumus (Prananda et al., 2019):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}$$

Dengan:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan/realita.

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n = Jumlah responden.

Menentukan nilai *servqual* ( $\bar{S}$ ) untuk setiap variabel:

Nilai Persepsi – Nilai Harapan.

### 2.1.5 Importance-Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk melakukan analisis, metode ini digunakan untuk melakukan identifikasi faktor penting apa saja yang ada pada perusahaan yang harus ditingkatkan untuk dapat memuaskan pelanggan. Dalam metode ini akan dilakukan perhitungan tentang tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan. Tingkat kesesuaian adalah hasil dari perbandingan nilai kinerja pelaksanaan dengan nilai kepentingan. Dengan adanya perbandingan ini maka akan diketahui faktor apa saja yang perlu diperbaiki. Untuk dapat menentukan tingkat kesesuaian dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Suhendra & Prasetyanto, 2016):

$$T_k = \frac{X}{Y} \times 100\%$$

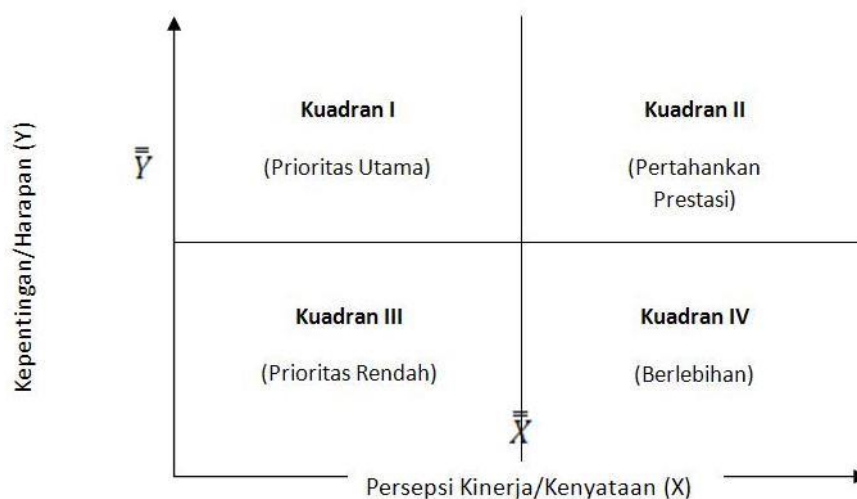
Dengan:

Tk = Tingkat kesesuaian

X = Nilai kinerja yang menyediakan jasa

Y = Nilai kepentingan konsumen

Setelah mengetahui tingkat kepentingan maka dilanjutkan dengan menentukan kuadran sesuai hasil perhitungan. Terdapat empat kuadran yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1

Gambar 2. 1 Kuadran 1 sampai kuadran 4

Sumber (Supranto, 2016)

Berikut ini adalah penjelasan tentang diagram kartesius yang ada diatas (Suhendra & Prasetyanto, 2016):

1. Kuadran I (*Concentrate These*)  
 Pada kuadran ini pelanggan menganggap penting faktor tertentu, namun faktor tersebut masih jauh dari harapan pelanggan (tingkat kepuasan rendah). Variabel pada kuadran ini harus diperbaiki dan ditingkatkan.
2. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*)  
 Pada kuadran ini tingkat kepuasan pelanggan relatif tinggi. Pelanggan merasa faktor yang ada sudah sesuai dengan apa yang diinginkan. Pada kuadran ini variabel yang ada harus dipertahankan.
3. Kuadran III (*Low Priority*)  
 Pada kuadran ini pelanggan menganggap faktor yang ada kurang penting. Peningkatan variabel yang ada pada kuadran ini harus dipikirkan lagi karena tidak terlalu mempengaruhi pelanggan atau pengaruh terhadap pelanggan dapat dikatakan sangat kecil.
4. Kuadran IV (*Possible Overkill*)  
 Pada kuadran ini pelanggan menganggap faktor yang ada berlebihan. Perusahaan dapat mengurangi variabel yang ada pada kuadran ini agar perusahaan dapat lebih hemat dalam mengeluarkan biaya.

### 2.1.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas yang di gunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan rumus Korelasi *Product Moment*. Menurut (Sujarweni Wiratna, 2015) Instrumen dikatakan valid apabila hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika r tabel < r hitung maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Rumus Korelasi *Product Moment* adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Dengan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi (indeks validitas)

N = jumlah sampel

X = skor masing – masing item

Y = skor total item

*Reliabilitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama pula. Pada penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Uji *Reliabilitas* dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Reliabilitas minimal adalah 0,6. pengukuran *reliabilitas* dengan uji *statistic cronbach alpha* dengan rumus (Sujarweni Wiratna, 2015):

$$r_{ac} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \alpha b}{\alpha t^2} \right]$$

Dengan :

$\alpha$  : Koefisien *reliabilitas cronbach alpha*

K : Banyaknya pertanyaan

$\sum \alpha b$  : Jumlah varians butir

$\alpha t^2$  : varian total

### 2.1.7 Service Blueprint

*Service blueprint* merupakan suatu *design* yang menggambarkan arahan terhadap suatu aktivitas pelayanan suatu perusahaan yang dilakukan secara konsisten. *Service blueprint* dapat dikatakan sebuah alur peran dari karyawan dan *costumer*. *Service blueprint* berupa Langkah – Langkah suatu aktivitas secara rinci untuk menciptakan keserasian dalam pelayanan dan membangun standar operasi pelayanan (Kusuma, 2020).

### 2.1.8 Kajian Literatur

Kajian Induktif berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *service quality*, *importance performance analysis* dan *service blueprint* terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2 1 Kajian Literatur

No	Judul & Author	Metode	Ringkasan
1	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Stmik Amikom Yogyakarta Dan Amikom Cipta Darma Surakarta (Handoko, 2013).	<i>Service Quality</i>	Sistem informasi akademik ialah sistem khusus Pengelolaan data akademik dan penerapan teknologi komputer sama-sama bersifat “ <i>hardware</i> ” dan “perangkat lunak”. Tujuan menggunakan dimensi <i>servqual</i> dalam pengukuran Kesenjangan adalah pelaksanaan rencana perbaikan dalam hal peningkatan layanan Ini digunakan sebagai saran alternatif untuk meningkatkan kualitas berorientasi layanan pada kepuasan siswa. Dimensi yang digunakan dalam <i>servqual</i> adalah: Daya tanggap, keandalan, empati, jaminan, dan analisis nyata dan grafik Cartesius. Melalui metode dan analisis di atas, kita dapat mengidentifikasi kesenjangan. Apa yang terjadi antara persepsi dan harapan/keinginan mahasiswa STMIK



			<p>AMIKOM Yogyakarta dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta. penelitian dengan cara ini Cara menggambar sampel 100 kuesioner. Dari pengukuran tersebut diperoleh Rata-rata informasi gap untuk setiap dimensi di Yogyakarta: <i>responsiveness</i> (-1.124), <i>reliability</i> (-0.48), <i>empathy</i> (-0.06), <i>assurance</i> (-0.19) dan <i>tangible</i> (-0.13) sedangkan pada Surakarta, <i>responsiveness</i> (-0.39), <i>reliability</i> (-0.76), <i>empathy</i> (-0.66), <i>assurance</i> (-0.09) dan <i>tangible</i> (-0.63). Dan atribut yang termasuk dalam kuadran I diagram kartesius pada Yogyakarta adalah atribut dengan nomor 2, 8,22,24 dan 25 pada surakarta adalah atribut nomor 9, 22,23 dan 27.</p>
2	<p>Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Importance Performance Analysis</i> Pada Jasa Transportasi <i>Commuter Line</i> (Jazuli &amp; Samanhudi, 2020).</p>	<p>Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Pembangunan transportasi yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat harus memenuhi kualitas layanan yang diberikan. Setelah 2 tahun beroperasi <i>Commuter Line</i> Rangkasbitung Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi kualitas pelayanan Penumpang dan matrix mana yang penting dan diprioritaskan. Metode <i>servqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) untuk menjawab pertanyaan Melakukan penelitian dengan menghitung nilai gap dan indikator prioritas dalam kuesioner 100 responden. Hasil studi menunjukkan kualitas layanan <i>commuter line</i> Rangkasbitung Berdasarkan persepsi</p>

			penumpang, mereka tidak memenuhi harapan yang diharapkan dan tidak dapat Memuaskan pelanggan. Hal ini terlihat dari semua indikator dengan nilai gap negatif.
3	Penerapan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian (Agung Ramadhanu, 2020)	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	SMA N 9 padang adalah sekolah yang sudah menerapkan teknologi di bidang Pendidikan yang baik. Sekolah membuat sistem informasi yang bernama <i>Bee Smart</i> , yang digunakan di sekolah tersebut untuk siswa dan guru dalam ulangan harian. BeeSmart tentu harus memenuhi standar kualitas system, maka digunakan metode IPA untuk mengukur kualitas dari sistem informasi ulangan harian.
4	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode <i>Service Quality (Servqual)</i> Di Lbpp Lia Martadinata Kota Bandung (Luthfi Nugraha, Yuniar, 2015).	<i>Service Quality (Servqual)</i>	LBPP LIA Martadinata harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu bersaing dengan lembaga Pendidikan Inggris lainnya. Kualitas Layanan ( <i>SERVQUAL</i> ). Pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan berdasarkan analisis <i>5 Gap</i> . Kuesioner penelitian berisi 20 atribut Kualitas layanan diturunkan berdasarkan 5 dimensi utama kualitas layanan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ada 20 atribut layanan negatif di Gap 5. Masing-masing 10 atribut yang ditemukan negatif dalam perhitungan Gap 1 dan Gap 3, Hal inilah yang menyebabkan Gap 5 terjadi secara negatif. Di samping ini ada 3 properti lainnya berkomitmen dan dikomunikasikan Institusi, yang negatif

			dalam perhitungan Gap 4.
5	Identifikasi <i>Service Blueprint</i> di Desa Wisata Kebontunggul (Lembah Mbencirang), Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto (Mbencirang et al., 2020).	<i>Service Blueprint</i>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memahami kondisi sebenarnya dari proses bisnis, dan untuk mengidentifikasi cetak biru pelayanan di Desa Wisata Kebon Tunggul "Lembah Mbencirang" dengan menganalisis aktivitas bisnis dan aliran layanan mereka kepada pengunjung. Penelitian ini merupakan penelitian berbasis masyarakat (CBR) yang dilakukan dengan menggunakan metode Participatory Pendekatan Penelitian Tindakan (PAR). Hal ini mengakibatkan temuan bahwa ada berbagai permasalahan internal terkait kepengurusan selama tahun 2017-2020, khususnya terkait untuk akuntabilitas dan transparansi pengelolaan anggaran selain lebih permasalahan mendasar mengenai pengelolaan daya tarik wisata, seperti belum adanya struktur organisasi, tidak ada pembagian tugas staf yang jelas, dan tidak adanya penampilan dari aliran layanan standar. Kami menyimpulkan bahwa pada dasarnya, bisnis Proses di Lembah Mbencirang dapat dikelompokkan menjadi dua, yang pertama adalah layanan paket wisata, dan yang kedua adalah layanan pengunjung umum. Sebagai produk pariwisata yang pada hakekatnya merupakan produk jasa, cetak biru jasa sangat signifikan sebagai upaya untuk memahami pengalaman layanan dari</p>

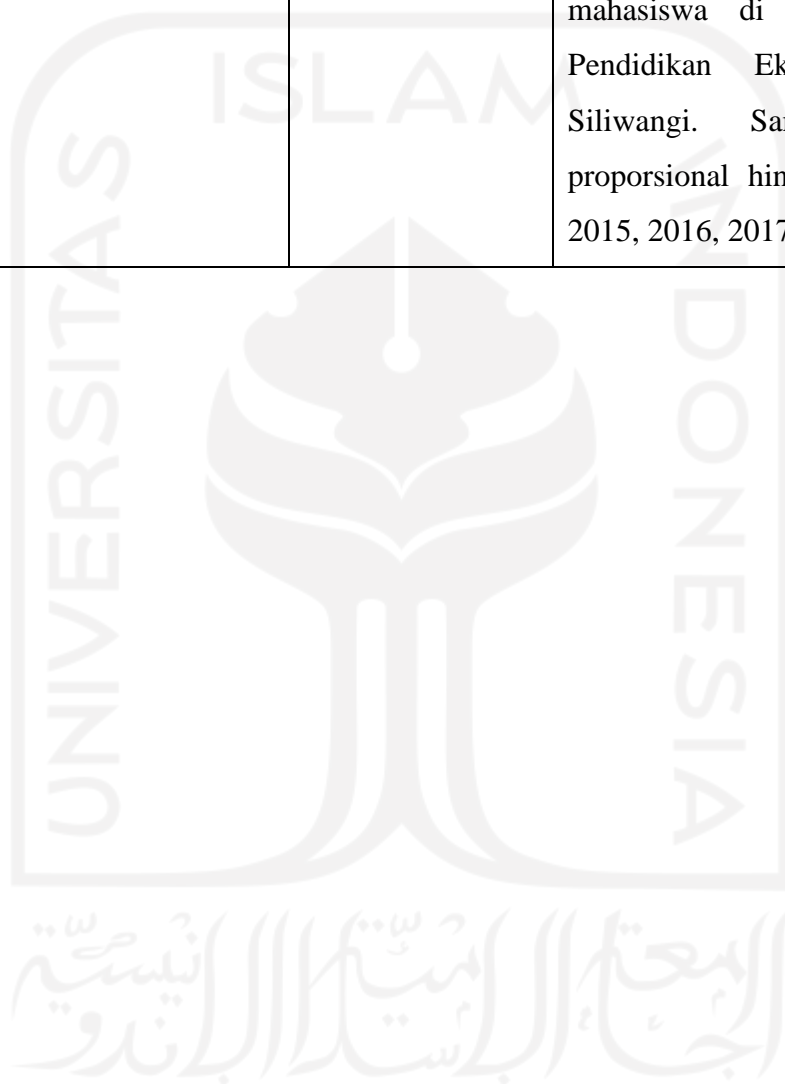
			<p>perspektif pelanggan, yang dalam konteks ini sebelumnya tidak dimiliki oleh manajer. Itu cetak biru layanan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat mengidentifikasi adanya berbagai proses pelayanan, sehingga semua staf dapat memahami konteks dan kondisi tugas dalam perspektif layanan pelanggan yang lebih holistik</p>
6	<p>Perancangan <i>Service Blueprint</i> Layanan Jasa Ekspedisi Barang Pt. Xyz Dengan Menggunakan Integrasi <i>Service Quality</i> Dan Model Kano (Dhiyaulhaq et al., 2019).</p>	<p><i>Service Blueprint</i>, <i>Service Quality</i>, dan Model Kano</p>	<p>pt. XYZ adalah perusahaan logistik yang didirikan pada tahun 1990. pelayanan prima yang stabil dan bertanggung jawab menjadikan PT. XYZ mengalami peningkatan di mata konsumen dan mitra. Nama perusahaan besar, tentu saja, Tantangan ke PT. XYZ menjaga stabilitas perusahaan. Lagi penambahan perusahaan jasa ekspedisi baru membuat PT. XYZ mulai bersaing. Tidak bisa yang lain menyangkal kualitas layanan PT. XYZ menurun. Menurunnya kualitas layanan PT. XYZ dibuktikan dengan banyaknya keluhan dari para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi 17 atribut layanan yang ada pada PT. XYZ berdasarkan hasil wawancara kepada pelanggan. Kemudian dilakukannya integrasi menggunakan <i>service quality</i> dan model kano. Untuk hasilnya dirancang menggunakan peta <i>service blueprint</i>.</p>
7	<p><i>Service Blueprint</i> Sebagai Sarana Penunjang Loyalitas <i>Customer</i> (Kusuma, 2020).</p>	<p><i>Service Blueprint</i></p>	<p>Penelitian kali ini bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana sebuah pelayanan yang dikatakan dapat memberikan kepuasan kepada <i>customer</i>, sehingga</p>

			<p>menciptakan loyalitas kepada pelanggan. Hotel Crystal Kuta dengan konsep comfortable stay and ambience of Kuta, selain memberikan hasil pelayanan yang prima, juga memberikan kenyamanan, keamanan, dalam setiap pelayanannya serta keramahan dan privasi bagi pelanggannya. <i>Service blueprint</i> diangkat sebagai salah satu patokan untuk memberikan guidance terhadap alur pelayanan. Adanya <i>service blueprint</i> disini bertujuan untuk memahami praktek pelayanan dari sisi kacamata pelanggan, serta untuk memperkuat kontribusi dari masing-masing bagian dalam menjalankan perannya terhadap pelayanan</p>
8	<p>Perancangan <i>Service Blueprint</i> Layanan Jasa Pabrik Genteng “Rhm Sokka” Menggunakan Metode <i>Service Quality</i> Dan Kano (Mujab et al., 2017).</p>	<p><i>Service Blueprint</i>, <i>Service Quality</i> Dan Kano</p>	<p>Penelitian kali ini memiliki tujuan untuk memberi rekomendasi perancangan <i>service blueprint</i> pada layanan jasa pabrik genteng RHM Sokka. Metode ini digunakan agar dapat memahami pelayanan dari sudut pandang <i>costumer</i>, dan untuk memperjelas kontribusi peran masing – masing bagian <i>service delivery</i>. Selanjutnya dilakukan perhitungan menggunakan metode <i>service quality</i> dan model kano. Rekomendasi berisi atribut kebutuhan pabrik genteng RHM Sokka yang diprioritaskan untuk ditingkatkan sebagai true customer needs yaitu peralatan, perlengkapan dan sarana yang memadai, pemberian informasi yang <i>up to date</i> dan menggunakan teknologi</p>

			informasi, pabrik memberikan pelayanan tepat waktu, siap
9	Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (Ipa) Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Pontjol Semarang (Soraya & Ngatindriatun, 2013).	<i>Importance Performance Analysis</i>	<p>Kesehatan sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Kesehatan dan kesejahteraan adalah keinginan mutlak bagi setiap manusia. Standar hidup meningkat, mendorong untuk diperlihatkannya status kesehatan guna meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Hasil dari kuesioner pre assessment di apotek Pontjol Semarang ternyata bernomor 53, dimana skor tersebut menunjukkan bahwa Standar di Apotek Pelayanan Kefarmasian Pontjol Semarang kurang baik. Karena penilaian mencetak laporan Apotek yang baik atau sesuai dengan standar pemerintah adalah skor 81-100. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pentingnya Analisis Kinerja (IPA) pada tingkat kepuasan pasien apotek Pontjol Semarang yang digunakan sampel di penelitian ini sebanyak 100 responden yang berada di Apotik Pontjol Semarang dengan menggunakan Analisis Kinerja Penting (IPA). Berdasarkan analisis <i>importance performance analysis</i> (IPA), terdapat beberapa atribut yang menjadi prioritas utama dan harus ditingkatkan kinerjanya. Atribut (X1.1) penyediaan informasi, atribut (X2.2) kecepatan pelayanan, atribut (X4.2) kenyamanan, atribut (X4.4) pengobatan alternatif, atribut (X5.3) ventilasi udara. Ini Atribut yang</p>

			<p>menjadikan Standar Pelayanan Apotek Pontjol Semarang Kefarmasiannya tidak menguntungkan. Berdasarkan analisis <i>gap</i> (<i>gap</i>) dimensi pelayanan secara keseluruhan, dapat menunjukkan bahwa mutu pelayanan kefarmasian di Semarang Pontjol tergolong dalam kelompok. Hal ini dapat dilihat dari korespondensi antara layanan yang diberikan oleh harapan pasien adalah GAP (<i>gap</i>)/tingkat kepuasan sebesar 0,2301. Hasil analisis GAP (<i>gap</i>) dari masing-masing dimensi, dapat disimpulkan bahwa dimensi yang paling memuaskan di mana pasien memiliki tingkat kepuasan terbesar ditunjukkan dengan nilai <i>gap</i> adalah dimensi keamanan (<i>assurance</i>) terkecil sebesar 0,185, dimensi bukti langsung (<i>tangibles</i>) sebesar 0,188, dimensi empati selanjutnya (empati) sebesar 0,2225, dimensi keandalan (<i>reliability</i>) sebesar 0,2475 dan yang terakhir adalah dimensi daya tanggap (<i>responsiveness</i>) sebesar 0,3075.</p>
10	<p>Analisis Kepuasan Mahasiswa Melalui Metode <i>Service Quality</i> (<i>Servqual</i>) Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi (Nurdianti &amp; Suhendra, 2019).</p>	<p><i>Service Quality</i> (<i>Servqual</i>)</p>	<p>Penelitian dilakukan dalam konteks masalah yaitu ketidakpuasan siswa di Jurusan Ekonomi dan Pendidikan, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan mahasiswa komponen yang mempengaruhinya. Metode yang biasa digunakan dalam analisis Kepuasan pelanggan adalah <i>SERVQUAL</i> (kualitas layanan), yang melihat kepuasan pelanggan dari lima dimensi yang utama adalah daya</p>

		<p>tanggap, jaminan, berwujud, empati, dan keandalan. Biasanya cara ini digunakan lihat juga dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun metodenya penelitian yang digunakan adalah survei interpretatif dengan mahasiswa di lingkungan Departemen Pendidikan Ekonomi di Universitas Siliwangi. Sampel diambil secara proporsional hingga 300 orang angkatan 2015, 2016, 2017.</p>
--	--	--





## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Objek penelitian

Penelitian kali ini dilakukan di Apotek UII di daerah Yogyakarta. Objek pada penelitian kali ini yaitu tingkat kepuasan pelanggan Apotek UII di daerah Yogyakarta.

#### 3.2 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian kali ini adalah Mahasiswa UII yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Apotek UII

#### 3.3 Sumber Data

##### 3.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di suatu tempat penelitian, dikarenakan kondisi *Covid – 19* Yang tidak memungkinkan memperoleh data secara langsung, maka dilakukan secara *daring* berupa penyebaran kuesioner yang diisi oleh Mahasiswa UII melalui media *google form*. *Google form* tersebut berisi persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek UII.

### 3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil tidak secara langsung, data ini didapatkan melalui referensi berupa jurnal, buku, serta hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan agar bertujuan untuk membantu penelitian kali ini.

### 3.4 Metode Pengambilan data

Berikut ini merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian:

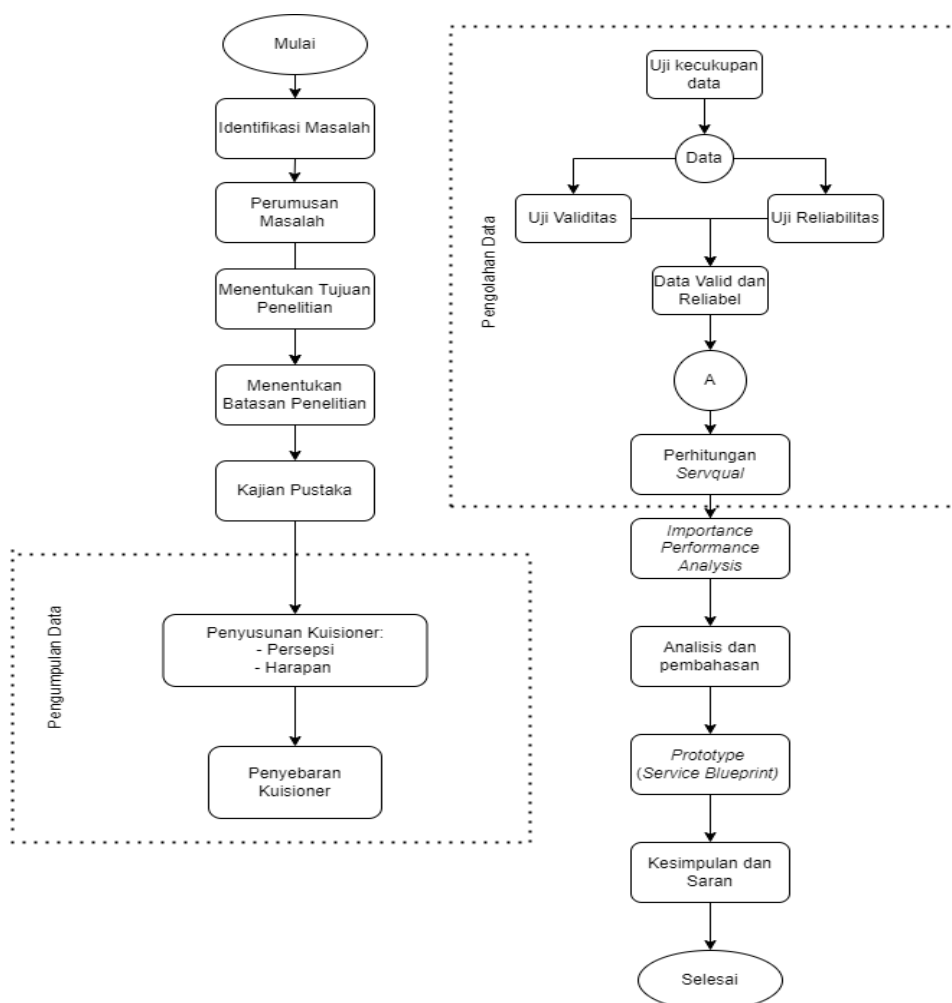
1. Observasi  
Penelitian kali ini dilakukanya observasi di Apotek UII yang berlokasi di daerah Yogyakarta untuk melakukan pengamatan terkait pelayanan Apotek
2. Kuisisioner  
Pada penelitian kali ini untuk mendapatkan data, mahasiswa UII dapat mengisi kuisisioner yang disebarakan melalui media *google form* terkait kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek UII.
3. Studi literatur (jurnal, buku, dan lainnya)  
Pada penelitian kali ini dibutuhkan jurnal, maupun buku yang terkait dengan analisi pelayanan untuk membantu dalam proses penelitian yang dilakukan.

### 3.5 Alat Bantu

Pada penelitian ini menggunakan beberapa alat yang dapat menunjang dalam penelitian ini, berikut merupakan alat penelitian yang digunakan:

1. *Software SPSS*  
*Software SPSS* digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas
2. *Software Microsoft Excel*  
*Microsoft Excel* digunakan untuk mengolah data kuisisioner yang diperoleh. Alat ini digunakan untuk mengolah data *service quality* dan *importance performance analysis*.
3. *Software Draw.io*  
Penelitian ini menggunakan aplikasi *draw.io*. aplikasi tersebut digunakan untuk membuat *flowchart*.

### 3.6 Alur penelitian



Gambar 3. 1 Alur Penenelitian

Berikut merupakan penjelasan dari *flowchart* alur penelitian diatas :

1. Identifikasi Masalah  
Identifikasi masalah yang dilakukan pertama kali dengan melakukan observasi ke lokasi Apotek daerah Yogyakarta dengan melakukan pengamatan permasalahan yang ada.
2. Perumusan Masalah  
Menentukan rumusan masalah terkait hasil observasi yang sudah dilakukan sebelumnya.
3. Menentukan Tujuan Penelitian

Setelah menentukan rumusan masalah, maka menentukan tujuan penelitian agar penelitian kali ini tepat sasaran dan tersusun dengan baik.

#### 4. Menentukan Batasan Penelitian

Setelah menentukan tujuan penelitian, maka menentukan batasan penelitian agar dalam penelitian sesuai dengan prosedur yang baik.

#### 5. Kajian Pustaka

Pada tahap ini data yang diperlukan yaitu data sekunder berupa jurnal maupun buku untuk mendukung penelitian seperti ( buku, jurnal, dan lainnya.)

#### 6. Penyusunan Kuesioner

Penulis membuat dan menyusun kuesioner berdasarkan referensi- referensi dari penelitian sebelumnya mengenai kepuasan pelanggan Apotek yang bertujuan untuk mendapatkan data terkait kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

#### 7. Penyebaran Kuesioner

Melakukan pengambilan data menggunakan media *google form*.

#### 8. Uji kecukupan Data

Penentuan jumlah sampel pada kali ini menggunakan rumus Lemeshow. Metode ini dipilih karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Chandra et al., 2018).

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Dengan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 90 % didapatkan nilai Z =1,64.

P = proporsi sampel

d = alfa (0,10) atau sampling= 10%

#### 9. Uji Validitas dan Uji reliabilitas

Data yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Instrumen dikatakan valid apabila hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Rumus korelasi *product moment* adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Dengan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi (indeks validitas)

$N$  = jumlah sampel

$X$  = skor masing – masing item

$Y$  = skor total item

Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama pula. Pada penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Reliabilitas minimal adalah 0,6. pengukuran *reliabilits* dengan uji *statistic cronbach alpha* dengan rumus (Sujarweni Wiratna, 2015):

$$r_{ac} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \alpha b}{\alpha t^2} \right]$$

Dengan :

$\alpha$  : Koefisien *reliabilitas cronbach alpha*

$K$  : Banyaknya pertanyaan

$\sum \alpha b$  : Jumlah varians butir

$\alpha t^2$  : varian total

Alat bantu yang akan digunakan pada melakukan uji validitas dan reliabilitas adalah *software Ibm spss*.

#### 10. Perhitungan *Servqual*

Setelah melakukan pengolahan data persepsi dan harapan, maka dilanjutkan melakukan perhitungan *servqual* dengan mengurangi data persepsi dan harapan, jika bernilai minus (-) maka terdapat *gap* dan harus diperbaiki dan diberi rekomendasi.

#### 11. *Importance Performance Analysis*

Pada tahap ini mengukur Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan serta seberapa penting suatu pelayanan yang diberikan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanan dengan rumus (Suhendra & Prasetyanto, 2016):

$$T_k = \frac{X}{Y} \times 100\%$$

Dengan:

Tk = Tingkat kesesuaian

X = Nilai kinerja yang menyediakan jasa

Y = Nilai kepentingan konsumen

Setelah mengetahui tingkat kepentingan maka dilanjutkan dengan menentukan kuadran sesuai hasil perhitungan. Terdapat 4 kuadran tingkat kepentingannya.

#### 12. Analisis dan Pembahasan

Pada tahap ini dilakukannya analisis dan pembahasan terhadap data yang sudah diolah sebelumnya.

#### 13. *Prototype ( Service Blueprint )*

Pada tahap ini akan dilakukan perancangan *service blueprint* sebagai *prototype* penelitian yang dilakukan. terdapat empat tahapan dalam melakukan penyusunan *service blueprint* antara lain sebagai berikut:

1. Melakukan identifikasi secara berurutan semua fungsi – fungsi yang akan dibutuhkan untuk penyampaian jasa pelayanan.
2. Melakukan perumusan *zone visibilitas* yaitu suatu proses yang terlihat oleh pelanggan dan *zone of invisibility* yaitu suatu proses yang tidak terlihat langsung oleh pelanggan.
3. Mengidentifikasi departemen atau staff yang bertanggung jawab dalam fungsi pelayanan tersebut.
4. Menetapkan toleransi yang diterima oleh pelanggan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang tidak bernilai negatif (Fajar Paramandana, 2011).

#### 14. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran terhadap penelitian yang dilakukan di Apotek UII di daerah Yogyakarta terkait hasil peningkatan pelayanan terhadap pelanggan Apotek UII.

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.1 Pengumpulan Data

##### 4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan



Gambar 4. 1 Logo Apotek UII

Apotek UII merupakan suatu apotek yang bergerak dibidang layanan dan jasa yang pengelolaanya dilakukan oleh PT Unisia Polifarma yang didirikan pada tahun 2002. Apotek UII beralamat di daerah Jl. Kaliurang Km 14,4 Umbulmartani, Ngemplak Sleman, tepatnya di sebelah utara pintu masuk Kampus UII terpadu. Apotek UII terbuka untuk umum dan mahasiswa UII yang ingin membeli obat maupun resep dokter yang diberikan oleh pasien. Di apotek terdapat pelayanan yang diberikan seperti pembelian obat – obatan, konsultasi, perawatan dan pelayanan lainnya yang diberikan oleh Apotek UII.

#### 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi

Terwujudnya Lembaga Pendidikan yang mampu melahirkan pemimpin umat dan bangsa dengan komitmen pada kesempurnaan risalah Islamiyah menuju umat unggulan.

b) Misi

Menyelenggarakan Pendidikan yang mampu memandu dan mengantarkan umat memenuhi fitrahnya sebagai Kahiru (umat unggulan) yang dapat memerankan kepeloporan kemajuan dan perubahan sosial kearah masyarakat madani, sehingga tercipta negeri Indonesia yang indah dan penuh ampunan Tuhan.

#### 4.1.3 Data Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan di Apotek UII dengan beralamat di Jalan Kaliurang Km 14,5, Kota Yogyakarta pada tanggal 25 juni 2022 dengan estimasi paling lambat yaitu 10 hari dapat memenuhi total responden yang dibutuhkan. Dalam penelitian kali ini, untuk respondennya yaitu mahasiswa UII Yogyakarta. Untuk atribut pertanyaan disusun berdasarkan referensi dari penelitian sebelumnya dan pengamatan langsung serta berkonsultasi dengan pihak Direksi Apotek UII. Adapun dimensi atribut pertanyaan kuesioner sebagai berikut (Diarti et al., 2014).

Tabel 4. 1 Dimensi dan Atribut Pertanyaan

No	Pertanyaan
<b>Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)</b>	
1	Tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi
2	Kebersihan dan kerapian Apotek UII
3	Tersedianya fasilitas internet yang lancar (wifi)
4	Fasilitas ruang tunggu seperti tempat duduk yang memadai



5	Fasilitas yang diberikan Apotek UII (AC,TV)
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>	
6	Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan dokter
7	Datang langsung dilayani
8	Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan
9	Obat tersedia dengan lengkap
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>	
10	Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan
11	Petugas bersikap ramah kepada konsumen
12	Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.
13	Petugas parkir membantu pelanggan dalam memarkirkan kendaraan
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>	
14	Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan
15	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII
16	Kelengkapan dan kejelasan informasi obat
17	Tempat parkir yang aman
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>	
18	Petugas memahami kebutuhan pelanggan
19	Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan

20	Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian
----	--

Sumber (Diarti et al., 2014)

#### 4.1.4 Karakteristik responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan melalui media *google form* kepada Mahasiswa/I UII Yogyakarta memiliki beberapa kategori seperti: jenis kelamin, umur, jurusan/prodi, pernah melakukan transaksi di apotek UII, dan frekuensi kedatangan.

##### a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Presentase (%)
Laki – Laki	56	77,78
Perempuan	16	22,22
Jumlah	72	100

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa untuk karakteristik berdasarkan jenis kelamin data yang diperoleh mayoritas berjenis kelamin laki – laki yaitu berjumlah 56 orang (77,78%) sedangkan jenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 16 orang (22,22%).

##### b) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Orang	Presentase (%)
18-20	1	1,39
21-22	62	86,11
23-25	9	12,50
Jumlah	72	100

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden paling banyak yaitu berumur 21-22 tahun yaitu berjumlah 62 orang (86,11%). Untuk

responden berumur 23-25 tahun berjumlah 9 orang (12,50%) dan yang berumur 18-20 tahun yaitu berjumlah 1 orang (1,39%).

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan/ Prodi

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan/ Prodi

Jurusan/ Prodi	Jumlah Orang	Presentase (%)
Teknik Industri	46	63,89
Teknik Sipil	5	6,94
Teknik Elektro	2	2,78
Teknik Informatika	1	1,39
Teknik Lingkungan	1	1,39
Teknik Mesin	1	1,39
Arsitektur	3	4,17
Ilmu Komunikasi	1	1,39
Statistika	3	4,17
FIAI	6	8,33
Hukum	1	1,39
Akuntansi	1	1,39
Psikologi	1	1,39
Jumlah	72	100

Berdasarkan tabel 4.4 diatas diketahui responden paling banyak yaitu jurusan Teknik Industri yaitu berjumlah 46 orang (63,89%), untuk prodi FIAI yaitu berjumlah 6 orang (8,33%), untuk jurusan Teknik Sipil yaitu berjumlah 5 orang (6,94%), untuk jurusan Arsitektur dan statistika masing – masing berjumlah 3 orang (4,17%), untuk jurusan Teknik Elektro yaitu berjumlah 2 orang (2,78%) dan untuk jurusan Hukum, Akuntansi, Psikologi, Ilmu Komunikasi, Teknik Mesin, Teknik Lingkungan, dan Teknik informatika masing – masing yaitu berjumlah 1 orang (1,39%).

d) Bertransaksi di apotek UII

Tabel 4. 5 Transaksi pada Apotek UII

Pernah Bertransaksi	Jumlah Orang	Presentase (%)
Ya	72	100
Tidak	0	0
Jumlah	72	100

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa responden kali ini pernah

melakukan transaksi di Apotek UII yaitu berjumlah 72 orang.

e) Frekuensi Kedatangan

Tabel 4. 6 Frekuensi Kedatangan

Frekuensi Kedatangan	Jumlah Orang	Presentase (%)
1-2 kali	8	11,11
3-5 kali	31	43,06
>5 kali	33	45,83
Jumlah	72	100

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dikerahui untuk frekuensi kedatangan paling banyak yaitu >5 kali berjumlah 33 orang (45,83%), dilanjut dengan 3-5 kali yaitu berjumlah 31 orang (43,06%) dan untuk 1-2 kali yaitu berjumlah 8 orang (11,11%).

## 4.2 Pengolahan Data

Pengolahan data dimulai dari beberapa tahapan yaitu dengan pengujian kecukupan data, validitas dan reliabilitas. Kemudian setelah data dinyatakan cukup, valid dan reliabel selanjutnya data akan diolah untuk dihitung nilai *gap* untuk masing – masing atribut seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.. Kemudian data dari *gap* tersebut akan dijadikan diagram kartesius dalam IPA dan dilanjutkan dengan melakukan design *prototype service blueprint* Apotek UII.

### 4.2.1 Uji kecukupan data

Penentuan jumlah sampel pada kali ini menggunakan rumus Lemeshow. Metode ini dipilih karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Chandra et al., 2018). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Dengan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 90 % didapatkan nilai Z =1,64.

P = Proporsi sampel

d = alpa (0,10) atau sampling= 10%

Karena nilai proporsi sampel ( $p$ ) tidak diketahui maka  $p(1-p)$  juga tidak diketahui. Walaupun demikian nilai  $p$  selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai  $p$  maksimum

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} = \text{maksimal jika } \frac{df(p)}{d(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$2p = 1$$

$$p = 0,5$$

Maka jumlah responden yang dibutuhkan yaitu:

$$n = \frac{1,64^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 68 \text{ responden}$$

Pada penelitian kali ini jumlah data yang telah didapatkan yaitu berjumlah 72 responden, maka dengan demikian data dapat dikatakan sudah mencukupi yaitu  $72 > 68$ .

#### 4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian kali ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24*. jumlah data yang digunakan yaitu sebesar 72 data dari hasil kuesioner. Berikut ini merupakan Langkah – Langkah dalam pengujian validitas data:

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$ : Atribut pernyataan dalam kuesioner *valid*

$H_1$ : Atribut pernyataan dalam kuesioner tidak *valid*

b. Tingkat Signifikansi

Pada penelitian kali ini untuk data kuesioner yang dapat diolah berjumlah 72 responden, maka derajat kebebasan ( $df$ )=  $n-2 = 70$ , tingkat probabilitas kesalahan adalah 10%, sehingga  $r_{tabel}$  adalah 0,195

c. Mencari nilai  $r_{hitung}$

Nilai  $r_{hitung}$  dapat diketahui dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24* yaitu dilihat pada *output* dari nilai *Corrected Item – Total Correlation*.

d. Kriteria Pengujian

Jika  $r_{hitung}$  bernilai positif dan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima

Jika  $r_{hitung}$  bernilai positif dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $r_{hitung}$  bernilai negatif dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r hitung		R Tabel (0,1)	Keterangan
		Persepsi	Harapan		
1	Tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi	0,579	0,257	0,195	Valid
2	Kebersihan dan kerapian Apotek UII	0,467	0,480	0,195	Valid
3	Tersedianya fasilitas internet yang lancar (wifi)	0,196	0,510	0,195	Valid
4	Fasilitas ruang tunggu seperti tempat duduk yang memadai	0,571	0,792	0,195	Valid
5	Fasilitas yang diberikan Apotek UII (Ac,Tv)	0,228	0,704	0,195	Valid
6	Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter	0,512	0,584	0,195	Valid
7	Datang langsung dilayani	0,661	0,659	0,195	Valid
8	Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan	0,630	0,765	0,195	Valid
9	Obat tersedia dengan lengkap		0,519	0,195	Valid
10	Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan	0,483	0,664	0,195	Valid
11	Petugas bersikap ramah kepada konsumen	0,336	0,583	0,195	Valid
12	Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.	0,597	0,444	0,195	Valid

No	Pernyataan	r hitung		R Tabel (0,1)	Keterangan
		Persepsi	Harapan		
13	Petugas parkir membantu pelanggan dalam memarkirkan kendaraan	0,599	0,400	0,195	Valid
14	Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan	0,547	0,601	0,195	Valid
15	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII	0,457	0,634	0,195	Valid
16	Kelengkapan dan kejelasan informasi obat	0,555	0,646	0,195	Valid
17	Tempat parkir yang aman	0,589	0,601	0,195	Valid
18	Petugas memahami kebutuhan pelanggan	0,403	0,744	0,195	Valid
19	Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan	0,379	0,672	0,195	Valid
20	Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian	0,374	0,427	0,195	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.7 untuk semua nilai  $r_{hitung} > r_{tabel} (0,195)$  per item atribut persepsi dan harapan, maka dapat dikatakan seluruh atribut dinyatakan *valid*.

#### 4.2.3 Uji Reliabilitas

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Atribut pernyataan dalam kuesioner valid

$H_1$  : Atribut pernyataan dalam kuesioner tidak valid

b. Tingkat Signifikansi

Pada penelitian kali ini untuk data kuesioner yang dapat diolah berjumlah 72 responden, maka derajat kebebasan  $(df) = n - 2 = 70$ , tingkat probabilitas

kesalahan

adalah 10%, sehingga rtabel adalah 0,195

c. Uji Statistik

Kemudian setelah data dinyatakan valid pada uji validitas, maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic* 24. Jumlah data yang digunakan yaitu sebanyak 72 dari data hasil kuesioner. Data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* > 0,6.

d. Kriteria Pengujian

Jika koefisien  $\alpha < 0,6$  maka H0 ditolak.

Jika koefisien  $\alpha > 0,6$  maka H0 diterima

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Persepsi	0,816	Reliabel
2	Harapan	0,894	Reliabel

Dari tabel 4.8 diatas, maka untuk semua variabel persepsi dan harapan dikatakan *reliabel* dikarenakan nilai *Cronbach's alpha* > 0,6.

#### 4.2.4 Perhitungan *Servqual*

*Service quality* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan melihat kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara persepsi dan harapan atau ekspektasi konsumen, terdapat 5 yaitu dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) (Jiwantara et al., 2012). Berikut ini merupakan hasil dari perhitungan *servqual*.

Tabel 4. 9 Perhitungan *Gap* Tiap Atribut

No	Pernyataan	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i> (p-H)
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )				



1	Tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi	2,97	4,21	-1,24
2	Kebersihan dan kerapian Apotek UII	4,24	4,50	-0,26
3	Tersedianya fasilitas internet yang lancar (wifi)	4,00	4,71	-0,71
4	Fasilitas ruang tunggu seperti tempat duduk yang memadai	3,43	4,33	-0,90
5	Fasilitas yang diberikan Apotek UII (Ac,Tv)	4,33	4,53	-0,19
<i>Kehandalan (Reliability)</i>				
6	Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter	3,67	4,26	-0,60
7	Datang langsung dilayani	3,65	4,33	-0,68
8	Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan	3,97	4,35	-0,38
9	Obat tersedia dengan lengkap	4,03	4,60	-0,57
<i>Daya Tanggap (Responsiveness)</i>				
10	Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan	4,26	4,49	-0,22
11	Petugas bersikap ramah kepada konsumen	4,57	4,68	-0,11
12	Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.	3,85	4,49	-0,64
13	Petugas parkir membantu pelanggan dalam memarkirkan kendaraan	2,13	3,81	-1,68
<i>Jaminan (Assurance)</i>				
14	Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan	4,03	4,43	-0,40
15	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII	4,42	4,49	-0,07

16	Kelengkapan dan kejelasan informasi obat	4,25	4,53	-0,28
17	Tempat parkir yang aman	3,32	4,21	-0,89
<i>Empati (Empathy)</i>				
18	Petugas memahami kebutuhan pelanggan	4,44	4,44	0,00
19	Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan	4,38	4,44	-0,07
20	Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian	4,56	4,54	0,01
Rata – rata				-0,494

Nilai servqual (*gap*) untuk setiap dimensi dihitung dengan menghitung selisih nilai Persepsi dan harapan. Atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar maka perlu dilakukannya perbaikan. Untuk perhitungan nilai servqual (*gap*) per dimensi dapat dilihat pada 4. 10 dibawah ini:

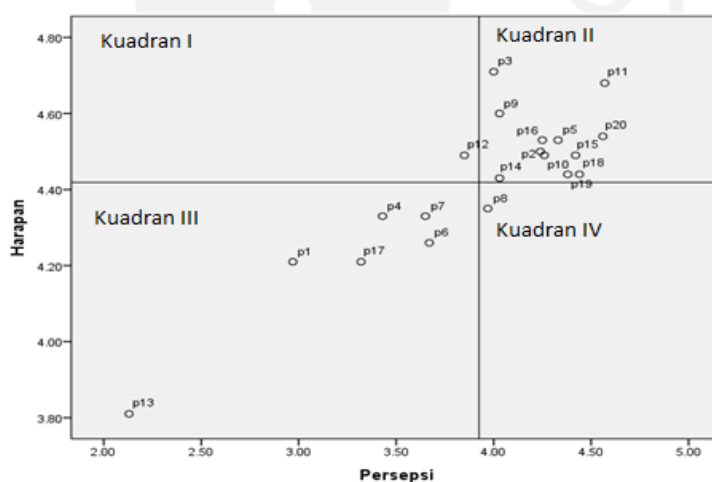
Tabel 4. 11 Perhitungan *Gap* Tiap Dimensi

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	<i>Gap</i>	Q=P/H
1	Tangible	3,79	4,46	-0,67	0,85
2	Reliability	3,83	4,39	-0,56	0,87
3	Responsiveness	3,7	4,36	-0,66	0,85
4	Assurance	4	4,41	-0,41	0,91
5	Empathy	4,46	4,48	-0,02	1,00
Rata - rata		3,96	4,42	-0,46	0,89

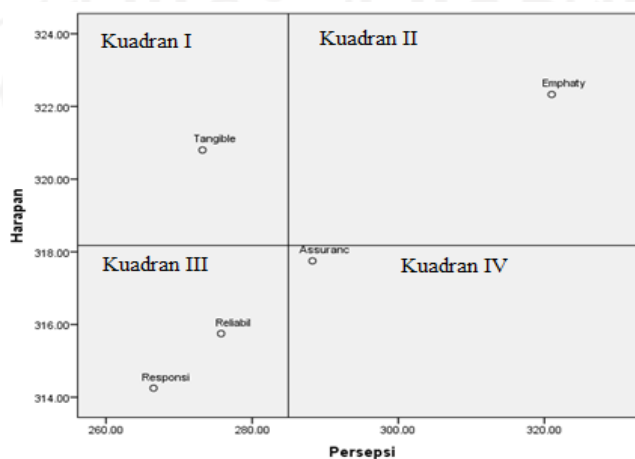
Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa pelayanan Apotek UII untuk nilai Q  $0,89 < 1$ , maka menunjukkan pelayanan yang diberikan kurang baik (Prananda et al., 2019).

#### 4.2.5 Importance Performance Analysis

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk melakukan analisis. Metode ini digunakan untuk melakukan identifikasi faktor penting apa saja yang ada pada perusahaan yang harus ditingkatkan untuk dapat memuaskan pelanggan. Analisis ini dilakukan dengan diagram kartesius. Pada pengolahan diagram kartesius untuk menentukan posisi atribut ini yang dimasukkan yaitu data rata – rata nilai persepsi tiap atribut dan rata – rata nilai harapan tiap atribut. Untuk hasil diagram kartesiusnya dapat dilihat pada gambar 4.2, sedangkan untuk pengolahan diagram kartesius untuk menentukan posisis dimensi yang dimasukkan yaitu rata- rata nilai nilai persepsi untuk tiap dimensi dan rata – rata nilai harapan untuk tiap dimensi. Untuk hasil dari diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4. 2 Posisi Atribut Pada Diagram Kartesius



Gambar 4. 3 Posisi Dimensi Pada Diagram Kartesius



## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Data

##### 5.1.1 Analisis Hasil Nilai Servqual

Nilai *servqual* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Perhitungan *servqual gap* pada 5 dimensi dilakukan dengan menghitung *gap* antara persepsi dan harapan dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari Apotek UII. Jika *gap* bernilai negative, maka dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Namun jika *gap* bernilai positif, maka dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan sudah sesuai harapan pelanggan. Dibawah ini merupakan hasil nilai *servqual* berdasarkan urutan dimensi yang memiliki nilai *gap* terbesar sampai terkecil:

1. Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)

Dimensi *tangible* ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,67 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,79 dan 4,46. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut *tangible* yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu Tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi (P1) dengan nilai *gap* -1,24 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu Fasilitas yang diberikan Apotek UII (AC,TV) (P5) dengan nilai *gap* -0,19.

2. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi *responsiveness* ini memperoleh nilai *gap* negatif sebesar -0,66

dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,70 dan 4,36. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut *responsiveness* yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu Petugas parkir membantu pelanggan dalam memarkirkan kendaraan (P13) dengan nilai *gap* -1,68 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu Petugas bersikap ramah kepada konsumen (P11) dengan nilai *gap* -0,11.

3. Dimensi *Reliability* (kehandalan)

Dimensi *reliability* ini memperoleh nilai *gap* negatif sebesar -0,56 66 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,83 dan 4,39. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut *reliability* yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu Datang langsung dilayani (P7) dengan nilai *gap* - 0,68 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu Memberikan pelayanan tepat waktu (P8) dengan nilai *gap* -0,38.

4. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

Dimensi *assurance* ini memperoleh nilai *gap* negatif sebesar -0,41 66 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 4 dan 4,41. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut *assurance* yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu Tempat parkir yang aman (P17) dengan nilai *gap* - 0,89 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII (P15) dengan nilai *gap* - 0,07.

5. Dimensi *Emphaty* (Empati)

Dimensi *emphaty* ini memperoleh nilai *gap* negatif sebesar -0,02 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 4,46 dan 4,48. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut *emphaty* yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan (P19) dengan nilai *gap* -0,07 sedangkan untuk nilai atribut lainnya tidak terjadi *gap* yang bernilai negatif.

### 5.1.2 Analisis Hasil Nilai Importance Performance Analysis

Metode *importance performance analysis* ini digunakan untuk melakukan identifikasi faktor penting apa saja yang ada pada perusahaan yang harus ditingkatkan untuk dapat memuaskan pelanggan. Analisis *Ipa* dilakukan dengan diagram kartesius. pada diagram kartesius terdapat beberapa kuadran yaitu kuadran I yang menjadi prioritas utama, kuadran II yang harus dipertahankan, kuadran III prioritas rendah namun harus tetap diperhatikan, dan kuadran IV yang berlebihan. Berikut ini merupakan analisis dari diagram kartesius berdasarkan kuadran I – kuadran IV (Suhendra & Prasetyanto, 2016):

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang tergolong kepada kuadran I merupakan atribut yang mendapat prioritas utama, dimana nilai harapan lebih besar daripada nilai kinerja (persepsi). Adapun atribut yang menjadi prioritas utama dan juga terdapat solusinya yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Atribut I

No	Atribut	Solusi
1	Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.	Petugas mencatat di papan pengumuman obat apa saja yang habis dan memberikan solusi/rekomendasi apabila obat yang diminta pelanggan habis.

b. Kuadran II (Prioritas yang dipertahankan)

Atribut yang termasuk kedalam kuadran II merupakan atribut yang harus dipertahankan oleh Apotek UII dikarenakan harapan pelanggan dan kinerja (persepsi) sama – sama tinggi, sehingga membuat pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh apotek UII. Atribut yang termasuk kedalam kuadran II berjumlah 12 butir. Adapun atribut yang termasuk kedalam kuadran II sebagai berikut:

Tabel 5. 2 Atribut Kuadran II

No	Atribut
1	Kebersihan dan kerapian Apotek UII
2	Tersedianya fasilitas internet yang lancar (wifi)

3	Fasilitas yang diberikan Apotek UII (AC,TV)
4	Obat tersedia dengan lengkap
5	Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan
6	Petugas bersikap ramah kepada konsumen
7	Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan
8	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII
9	Kelengkapan dan kejelasan informasi obat
10	Petugas memahami kebutuhan pelanggan
11	Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan
12	Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian

Selain harus dipertahankan, Apotek UII juga perlu mengadakan evaluasi yang bertujuan untuk memastikan bahwa ke 12 atribut tetap pada kuadran II dan melihat apakah terjadinya *gap* antara harapan dan kinerja Apotek UII atau tidak.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang termasuk kedalam kuadran III yaitu atribut yang prioritasnya rendah dikarenakan harapan dan kinerja (persepsi) Apotek UII memiliki tingkat kepentingan yang sama – sama rendah. Atribut tersebut memberikan pengaruh yang sangat kecil terhadap apa yang dirasakan pelanggan. Walaupun termasuk kedalam kuadran III, pihak Apotek UII harus tetap melakukan evaluasi dan memperbaiki kinerjanya dikarenakan atribut tersebut apabila ditingkatkan terus bisa menjadi sangat penting bagi harapan pelanggan. Berikut ini merupakan atribut yang termasuk kedalam kuadran III beserta solusinya:

Tabel 5. 3 Atribut Kuadran III

No	Atribut	Solusi
1	Tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi	Menempatkan tukang parkir di area tempat parkir dan menyediakan lahan parkir yang cukup
2	Fasilitas ruang tunggu seperti tempat duduk yang memadai	Melakukan penambahan 1-2 kursi tunggu dan melakukan penataan Kembali



		agar lebih rapi
3	Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter	Meningkatkan kesiapan dalam melayani pelanggan dengan cepat.
4	Datang langsung dilayani	Meningkatkan proses pelayanan terhadap pelanggan dengan menambah karyawan di bagian resepsionis
5	Tempat parkir yang aman	Menempatkan tukang parkir di area tempat parkir.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran IV terdiri dari atribut yang berlebihan, dimana kinerja Apotek UII lebih besar daripada harapan pelanggan. Kuadran IV ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap pelanggan kurang penting namun dilaksanakan pihak perusahaan dengan cukup baik. Berikut ini merupakan atribut yang termasuk kedalam kuadran IV yaitu:

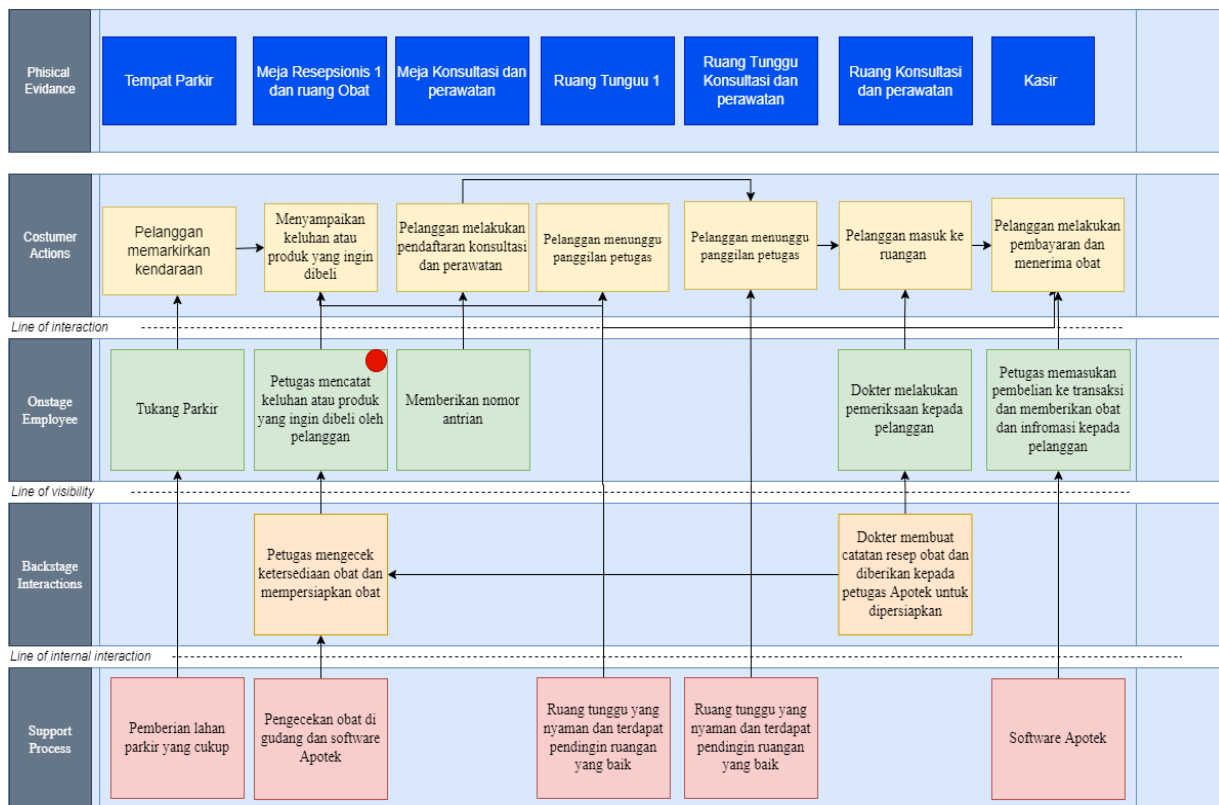
Tabel 5. 4 atribut Kuadran IV

No	Atribut
1	Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan

### 5.1.3 Analisis *Service Blueprint*

*Service blueprit* merupakan suatu *design grafis visual* yang bisa membantu para manajer jasa untuk mendapatkan gambaran holistik tentang jasa dan layanannya serta memperoleh wawasan manajerial mengenai karakteristik pengalaman pelanggan. (Fajar Paramandana, 2011).

Berdasarkan penelitian setiap proses yang telah dilakukan kemudian disusun dan dihasilkan *service blueprint* yang dapat dilihat pada gambar 5.1 dibawah ini.



Gambar 5. 1 *Service Blueprint*

Berdasarkan gambar 5.1 diatas merupakan hasil dari *service blueprint*, untuk penjelasan dari hasil *service blueprint* sebagai berikut:

### 1. *Physical Evidence*

*Physical evidence* yaitu tempat terjadinya *costumer action*, dan juga bisa disebut berupa bukti fisik yang terjadi saat pelanggan melakukan kegiatan. *Physical evidence* untuk *costumer action* 1 sampai 7 dilakukan di lokasi mulai dari tempat parkir hingga kasir.

### 2. *Costumer Action*

*Costumer action* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan untuk menikmati pelayanan yang diberikan dan ditawarkan oleh Apotek UII. Terdapat 7 *action* yang harus dilakukan, yaitu: pelanggan memarkirkan kendaraan, menyampaikan keluhan atau produk yang ingin dibeli, pelanggan melakukan pendaftaran konsultasi dan perawatan, pelanggan menunggu panggilan petugas, pelanggan menunggu panggilan petugas, pelanggan masuk ke ruangan, pelanggan melakukan pembayaran dan menerima obat.

### 3. *Line of interaction*

*Line of interaction* merupakan sebuah batas antara interaksi pelanggan dengan

perusahaan.

#### 4. *Onstage Employe*

*Onstage employe* yaitu kegiatan yang dilakukan oleh petugas yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung di depan pelanggan. Terdapat 5 kegiatan yang dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan yaitu : Pelanggan memarkirkan kendaraan, petugas mencatat keluhan atau produk yang ingin dibeli oleh pelanggan, memberikan nomor antrian, dokter melakukan pemeriksaan kepada pelanggan, petugas memasukan pembelian ke transaksi dan memberikan obat serta informasi kepada pelanggan.

#### 5. *Line of visibility*

*Line of visibility* merupakan garis yang memisahkan antara pelayanan yang dilihat secara langsung oleh pelanggan dengan pelayanan yang tidak dapat dilihat secara langsung.

#### 6. *Backstage Interactions*

*Backstage interactions* yaitu semua kegiatan yang dilakukan oleh karyawan namun tidak dapat dilihat oleh pelanggan. Terdapat dua kegiatan yang dilakukan yaitu : petugas mengecek ketersediaan obat dan mempersiapkan obat, dokter membuat catatan resep obat dan diberikan kepada petugas Apotek untuk dipersiapkan.

#### 7. *Support Process*

*Support process* merupakan pendukung yang diberikan kepada pelanggan pada saat melakukan transaksi di Apotek UII antara lain sebagai berikut: pengecekan obat di Gudang dan *software* Apotek, ruang tunggu yang nyaman dan terdapat pendingin ruangan yang baik, *software* Apotek. Diharapkan *support process* yang terdapat pada Apotek UII dapat membuat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi baik.

Berdasarkan gambar 5.1 terdapat titik – titik yang harus ditingkatkan dan diperhatikan pelayanannya oleh apotek uii antara lain sebagai berikut:

##### 1. Titik berwarna Merah (prioritas utama)

Pada titik ini diharapkan kepada apotek uii dapat memperbaiki dan memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dikarenakan menjadi aspek yang sangat penting bagi pelanggan Apotek Uii.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis metode *servqual*, *ipa* dan *service blueprint* yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Dapat diketahui bahwa pelanggan Apotek UII merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, dapat dilihat berdasarkan nilai rata – rata *gap* - 0,494. Nilai negatif menandakan bahwa yang diharapkan oleh pelanggan lebih tinggi dari kenyataan yang dilakukan oleh Apotek UII
2. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka didapatkan dimensi – dimensi apa saja yang perlu dilakukan perbaikan oleh pihak Apotek UII antara lain sebagai berikut:
  - Dimensi *tangible* dengan nilai *gap* -0,67 dan nilai kualitas (q) 0,85
  - Dimensi *reliability* dengan nilai *gap* -0,56 dan nilai kualitas (q) 0,87
  - Dimensi *responsiveness* dengan nilai *gap* -0,66 dan nilai kualitas (q) 0,85
  - Dimensi *assurance* dengan nilai *gap* -0,41 dan nilai kualitas (q) 0,91
  - Dimensi *emphaty* dengan nilai *gap* -0,02 dan nilai kualitas (q) 1
3. Rancangan *design service blueprint* yang telah dibuat pada penelitian ini diharapkan dapat membantu kepala Apotek UII untuk mengidentifikasi letak titik – titik pelayanan yang harus ditingkatkan antara lain sebagai berikut:
  - Titik warna merah (prioritas utama) : petugas mencatat keluhan atau produk yang ingin dibeli oleh pelanggan yang termasuk kedalam atribut Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang akan diberikan peneliti untuk pihak Apotek UII Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Akan lebih baik jika pihak Apotek UII dapat selalu memperhatikan atribut – atribut yang menjadi prioritas utama berdasarkan hasil diagram kartesius pada kuadran I yaitu atribut petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada serta atribut – atribut pada kuadran III seperti atribut tempat parkir yang memadai dan tertata dengan rapi, fasilitas ruang tunggu seperti tempat duduk yang memadai, kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter, datang langsung dilayani, dan tempat parkir yang aman.
2. Diharapkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat menjadi masukan yang bisa diterima dengan baik oleh pihak Apotek UII dan bisa dijadikan bahan evaluasi bagi pihak Apotek UII agar kualitas pelayanannya menjadi lebih baik lagi

## DAFTAR PUSTAKA

- admin, & Kusuma, I. (2020). Service Blueprint sebagai Sarana Penunjang Loyalitas Customer. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 28–32.  
[https://doi.org/10.37484/manajemen\\_pelayanan\\_hotel.v2i1.36](https://doi.org/10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v2i1.36)
- Agung Ramadhanuanu, H. S. R. B. P. (2020). Available Online:<https://dinastirev.org/JEMSI> Page 334. 1(4), 334–340.  
<https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Chandra, A. R., Dhari, puspita wulan, & Afifah. (2018). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Molto Ultra Sekali Bilas Di Padang. *Polibisnis*, 10(2), 1–9.
- Dhiyaulhaq, M. Y., , Dr. Ir. Agus Achmad Suhendra, M. T., & , Rio Aurachman, S.T., M. . (2019). *Perancangan Service Blueprint Layanan Jasa Ekspedisi Barang Pt.Xyz Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality Dan Model Kano*. 45(45), 95–98.
- Diarti, D. S. P., Budi S., P., & Wiratmo. (2014). Studi Kualitas Pelayanan Apotek Ditinjau dari Tingkat Kepuasan Konsumen di Kecamatan Sumpalsari Jember (Study of Pharmacy Quality Service According to Costumer Satisfaction Levels in Sumpalsari Jember). *E-Jurnal Pustaka Kesehatan*, 2(3), 432–438.  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPK/article/view/2049>
- Fajar Paramandana. (2011). *Fajar Paramandana, 2011 Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu*.
- Handoko. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Stmik Amikom Yogyakarta Dan Amikom Cipta Darma Surakarta). *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 4(8), 24–36.
- Jazuli, M., & Samanhudi, D. (2020). *Servqual Dan Importance Performance*. 01(01), 67–75.
- Jiwantara, K., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (2012). Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurusan Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1(1), 1–11.
- Kusuma, I. R. W. (2020). Service Blueprint sebagai Sarana Penunjang Loyalitas

- Customer. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 28–32.  
[https://doi.org/10.37484/manajemen\\_pelayanan\\_hotel.v2i1.36](https://doi.org/10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v2i1.36)
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Luthfi Nugraha, Yuniar, A. H. (2015). Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode Service Quality ( Servqual ). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 03(01), 61–72.
- Mas'ud, G. S. (2009). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model Servqual (Studi Kasus Pada Tiga Apotek). *Pharmaceutical Sciences and Research*, 6(2), 56–74.  
<https://doi.org/10.7454/psr.v6i2.3436>
- Mbencirang, L., Gondang, K., Mojokerto Agung Yoga Asmoro, K., Nilzam Aly, M., Fikri Pratama, H., Pariwisata Nasional Banjarmasin, A., Banjarmasin, K., & Selatan, K. (2020). Inovbiz Identifikasi Service Blueprint di Desa Wisata Kebontunggul (. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 158–169.  
[www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP](http://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP)
- Mujab, S., Aurachman, R., Industri, F. R., Telkom, U., Blueprint, S., & Quality, S. (2017). *Perancangan Service Blueprint Layanan Jasa Pabrik Genteng “ Rhm Sokka ” Menggunakan Metode Service Quality Dan Kano Designing the Service Blueprint “ Rhm Sokka ” Tile Factory Using Service Quality and Kano Method*. 4(3), 4344–4352.
- 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>
- Nurdianti, R. R. S., & Suhendra. (2019). Analisis Kepuasan Mahasiswa Melalui Metode Service Quality (Servqual) Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Siliwangi : Seri Pendidikan*, 5(1).
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Soraya, N. M., & Ngatindriatun. (2013). Analisis Importance Performance Analysis

- (Ipa) Terhadap Kepuasan masyarakat Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang*, 2, 1–13.
- Suhendra, A., & Prasetyanto, D. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 59–70.
- Sujarweni Wiratna. (2015). *kompetensi pedagogik dan kompetensi kepribadian guru dalam penelitian otentik di UPT Pendidikan Kecamatan Laweyan. Sebagian. July*, 1–23.
- Supranto. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan Importance Performance Analysis. *Jurnal Informasi*, 6(11), 15–30.
- Yulia, P. R., Baga, L. M., & Djohar, S. (2016). Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek Dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian Yang Berlaku (Studi Kasus Di Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 312–322.  
<https://doi.org/10.17358/jabm.2.3.312>



## LAMPIRAN

### Kuesioner Online

17.08

**SURVEI  
KEPUASAN  
PELANGGAN  
TERHADAP  
PELAYANAN YANG  
DIBERIKAN OLEH  
APOTEK UII  
YOGYAKARTA**


Assalamualaikum wr.wb..  
Selamat Pagi / Siang / Malam,  
perkenalkan saya Muhammad Wahyudi  
dengan Nim 18522004 dari jurusan  
Teknik Industri 2018 – Universitas Islam  
Indonesia akan mengadakan survey  
kepuasan pelanggan (Mahasiswa UII)  
terhadap pelayanan yang diberikan oleh  
Apotek UII Yogyakarta.  
penulis sangat berharap bahwa anda  
dapat meluangkan waktu untuk  
menjawab dan mengevaluasi survey yang  
telah ada berdasarkan pengalaman yang  
anda dapatkan setelah menggunakan  
Apotek UII.  
Demikian data yang diperoleh akan  
digunakan untuk membantu dalam  
menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul  
"Peningkatan Kualitas Layanan (Service  
Quality) pada Layanan Apotek  
Menggunakan Metode ServQual,  
Importance Performance Analysis (IPA),  
dan Service Blueprint".

**B. Petunjuk pengisian**

1. Responden (Mahasiswa UII)  
diharapkan untuk mengisi kuesioner  
dengan menjawab pertanyaan yang telah  
disediakan terkait persepsi dan harapan.  
Untuk penjelasan persepsi dan harapan  
sebagai berikut:


- Persepsi adalah suatu proses dimana  
konsumen menginterpretasikan  
rangsangan yang diterima setelah  
mengonsumsi produk atau jasa.
- Harapan adalah keyakinan konsumen  
sebelum mencoba atau membeli suatu  
produk yang dijadikan standar atau acuan  
dalam menilai kinerja produk tersebut.

2. Kuesioner di isi dan untuk skala  
penilaiannya adalah 1(Tidak Puas),  
2(Kurang Puas), 3(Cukup Puas), 4(Puas),  
dan 5(Sangat Puas) sesuai dengan  
pendapat responden (Mahasiswa UII)  
terkait persepsi dan harapan pelanggan  
terhadap pelayanan yang diberikan oleh  
Apotek UII.

 [18522004@students.uii.ac.id](mailto:18522004@students.uii.ac.id)  
(not shared) [Switch account](#)

17.09 Wi-Fi 47%

**APOTEK UII YOGYAKARTA**



**Nama \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Umur \***

18-20 Tahun

21-22 Tahun

23-25 Tahun

**Jenis Kelamin \***

Laki - Laki

Perempuan

**Jurusan/ Prodi \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Apakah Pernah Bertransaksi di Apotek UII ? \***

Ya

Tidak

**Berapa Kali Saudara Bertransaksi di \***

17.10 📶 4G+ 📶 🔋 47%

Fasilitas yang diberikan Apotek UII (Ac,Tv) (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Kehandalan (Reliability)

Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Kecepatan dalam proses pembelian obat – obatan dan konsultasi dengan Dokter (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Datang langsung dilayani (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Datang langsung dilayani (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Memberikan pelayanan tepat waktu pembelian obat - obatan (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Obat tersedia dengan lengkap (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Obat tersedia dengan lengkap (Harapan) \*

17.10

Daya Tanggap (Responsiveness)

Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Bantuan petugas Apotek dalam menanggapi keluhan pelanggan (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Petugas bersikap ramah kepada konsumen (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Petugas bersikap ramah kepada konsumen (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Petugas memberikan solusi menggunakan obat lain apabila obat yang diminta pasien kosong atau tidak ada (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

 This is a required question

Petugas parkir membantu pelanggan dalam memarkirkan kendaraan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

 This is a required question

Petugas parkir membantu pelanggan \*

17.11 📶 4G 📶 🔋 47%

Empati (Emphaty)

Petugas memahami kebutuhan pelanggan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas 
○
○
○
○
○
 Sangat Puas

Petugas memahami kebutuhan pelanggan (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas 
○
○
○
○
○
 Sangat Puas

Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas 
○
○
○
○
○
 Sangat Puas

Perhatian terhadap kritik dan saran oleh pelanggan (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas 
○
○
○
○
○
 Sangat Puas

Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas 
○
○
○
○
○
 Sangat Puas

Kemampuan petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak 
○
○
○
○
 Sangat

17.10 📶 47%

**Jaminan (Assurance)**

Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Kasir cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran oleh pelanggan (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Apotek UII (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Kelengkapan dan kejelasan informasi obat (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Kelengkapan dan kejelasan informasi obat (harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Tempat parkir yang aman (Persepsi) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

Tempat parkir yang aman (Harapan) \*

1 2 3 4 5

Tidak Puas      Sangat Puas

## Persepsi

T1	T2	T3	T4	T5	r1	r2	r3	r4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
2	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5
3	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5
2	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	1	3	5	5	3	5	4	5
2	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	1	4	4	5	5	5	4	5
2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	4	5	5	4	4
2	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4
3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	3	1	5	5	4	5	5	4	4
2	4	5	3	5	4	3	4	4	5	5	3	1	3	4	3	1	4	4	4
2	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	2	4	5	4	2	5	5	4
3	4	4	3	5	5	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	5	4	5
2	5	5	3	5	3	3	4	3	4	4	3	1	4	4	3	2	4	4	5
2	4	5	3	5	3	3	4	4	5	5	3	1	5	4	4	3	5	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	1	3	4	4	3	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4
3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	5	3	4	4	3	4
3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	1	2	3	3	3	4	4	4
3	4	4	2	5	3	3	4	3	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4
2	4	5	2	4	4	3	4	4	5	4	4	2	5	5	5	2	4	4	4
2	4	4	3	5	3	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	2	5	5	5
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5
2	4	5	3	4	3	3	4	4	5	4	5	2	4	4	5	3	4	5	5
3	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	3	1	5	4	2	2	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5
4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	5	3	2	3	5	3	4	4	5	4
3	4	4	3	5	3	3	3	3	4	5	3	1	4	5	5	3	5	5	4
3	4	4	3	5	3	3	3	4	4	5	3	2	4	4	4	3	4	4	5
3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	2	5	5	3	3	5	4	5
3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	3	2	4	4	5	3	5	4	5
3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	5	4	2	4	5	5
4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	5
3	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	3	2	4	5	4	3	5	5	5
3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	3	2	4	4	4	3	5	5	5
5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5

T1	T2	T3	T4	T5	r1	r2	r3	r4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
3	4	5	3	4	4	3	3	4	5	5	4	2	4	4	5	3	4	5	4
3	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	2	4	5	4	3	4	5	4
3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	2	4	4	5	3	5	5	5
3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	2	4	5	5
3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	5	4	3	4	4	5
3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	2	3	4	4	3	4	4	5
3	4	4	3	5	3	3	4	4	5	5	4	1	4	4	5	2	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	1	4	4	4	4	5	4	5
3	5	4	3	5	3	3	3	4	4	5	4	2	4	4	3	3	4	4	5
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	2	4	5	5	3	4	5	5
3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	2	4	5	5	4	5	3	5
2	4	5	3	4	3	3	3	3	3	5	4	1	2	5	4	1	5	4	4
4	5	3	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	2	4	4	5
3	4	5	5	5	2	2	3	3	3	5	3	2	2	5	5	3	5	3	3
2	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	4
1	3	1	2	3	4	4	4	4	5	3	4	1	4	3	4	2	4	3	3
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	1	4	4	5	3	4	3	3
4	4	4	3	5	3	3	3	4	5	5	3	2	4	4	4	3	4	5	5
3	5	4	3	5	3	3	4	4	5	5	4	2	4	5	4	3	4	5	5
3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	2	4	4	4	3	4	4	5
3	5	3	3	5	3	4	4	3	4	5	3	2	4	4	4	3	5	5	5
3	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	5
2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	4	4	4	5	5
2	3	1	4	4	4	4	4	3	4	5	5	2	4	5	4	4	4	5	5
3	4	2	3	4	3	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	2	4	4	5
3	4	3	5	3	2	2	3	3	3	5	3	2	2	5	5	5	5	5	5

## Harapan

T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	r3	R4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4



T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	r3	R4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5
3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	2	2	5	2	2	2	2	4	5	2	2	2	3	5	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	3	3	2	3	3	3	2	5	3	3	2	4	4	3	4	2	2	3	4
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5
3	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5
4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	2	4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5
4	5	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	4	5
4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5
5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5

T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	r3	R4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	2	5	5	5	4	5	3	5
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	3
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	1	4	5	5	5	5	5	3	5
4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	3
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	1

T1	T2	T3	T4	T5	R1	R2	r3	R4	Rp1	Rp2	Rp3	Rp4	A1	A2	A3	A4	E1	E2	E3
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	1

