

Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap

Ronald Vanness Valentino¹, Khamdiah Indah K², Siti Setianingsih³
^{1,2,3} Universitas Harapan Bangsa

Email: ronaldvanness17@gmail.com¹, khamdiah@uhb.ac.id², sitisetianingsih@uhb.ac.id³

Abstrak

Kualitas pelayanan (*service quality*) kefarmasian yang diberikan serta rasa kepuasan yang didapat oleh pelanggan akan memengaruhi minat pembelian ulang pelanggan dan menciptakan loyalitas. Urgensi penelitian ini menunjukkan masih minimnya standarisasi pelayanan di Apotek Daerah dan untuk menunjang kualitas pelayanan kefarmasian sebagai penentu keselamatan pelanggan dan keberlanjutan Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian dengan loyalitas pelanggan di Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap. Merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasional menggunakan kuesioner dengan pendekatan *cross sectional*. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 83 responden. Data dikumpulkan menggunakan dua kuesioner, kuesioner kualitas layanan dan kuesioner loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pada Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap termasuk dalam kategori kualitas layanan yang sangat baik dengan presentase rata-rata dari 5 dimensi yaitu 81,77%. Loyalitas pelanggan Apotek Asli Manjur termasuk dalam kategori yang tinggi dengan ditunjang hasil kualitas layanan yang diberikan termasuk dalam kategori sangat baik. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,036 ($< 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan atau semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Pelayanan Kefarmasian

Abstract

The quality of pharmaceutical services provided and the level of customer satisfaction will influence customer repurchase interest and create loyalty. The urgency of this research indicates the lack of service standardization in regional pharmacies and the need to support the quality of pharmaceutical services as a determinant of customer safety and the sustainability of Apotek Asli Manjur in Cilacap Regency. This study aims to determine the influence of pharmaceutical service quality on customer loyalty at Apotek Asli Manjur in Cilacap Regency. It is a quantitative descriptive study using an observational method with a questionnaire and a cross-sectional approach. The sampling technique used accidental sampling with a sample size of 83 respondents. Data were collected using two questionnaires: a service quality questionnaire and a loyalty questionnaire. The results of the study indicate that the service quality at Apotek Asli Manjur in Cilacap Regency is in the very good category, with an average percentage of 81.77% across five dimensions. Customer loyalty to Apotek Asli Manjur is in the high category, supported by the fact that the service quality provided is in the very good category. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, with statistical tests showing a significance value of 0.036 (< 0.05). Therefore, it can be concluded that every improvement in service quality contributes to an increase in customer loyalty, or the better the service quality, the higher the customer loyalty.

Keywords: Customer Loyalty, Pharmaceutical Services, Service Quality

1. PENDAHULUAN

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian dimana seorang apoteker menjalankan praktiknya untuk memastikan kualitas pelayanan kefarmasian yang diberikan. Apotek merupakan bagian dari layanan kesehatan yang diharapkan dapat meningkatkan kesehatan masyarakat secara maksimal. Selain itu, apotek juga dianggap sebagai tempat bagi apoteker atau seorang farmasi untuk mengabdikan diri serta menjalankan tugas mereka dalam bidang farmasi [1].

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Cilacap tahun 2021, terdapat 227 apotek yang berada di Kabupaten Cilacap. Seiring berjalannya waktu terjadi penurunan jumlah apotek pada tahun 2023, yaitu sebanyak 201 [2]. Penurunan jumlah apotek terjadi karena tidak sadar akan pentingnya evaluasi kualitas pelayanan demi menjaga kepuasan pelanggan sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan [3].

Kualitas layanan merupakan upaya memenuhi kebutuhan konsumen dengan akurasi pengiriman berfokus pada menyeimbangkan harapan dan keinginan konsumen [1]. Dengan demikian, kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan serta rasa kepuasan yang didapat oleh pasien akan memengaruhi minat pembelian ulang pasien itu sendiri. Satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting yang harus dipertahankan demi keberlanjutan sebuah perusahaan [4].

Berdasarkan penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa tingginya kepuasan pasien tercapai karena adanya kualitas pelayanan yang baik, hal ini dapat memperkuat loyalitas pelanggan agar tetap berkomitmen untuk memilih dan menggunakan produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang [5]. Pada dasarnya, loyalitas pelanggan tidak selalu dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan. Penelitian yang pernah ada sebelumnya, menunjukkan kualitas produk menjadi salah satu penunjang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan [6].

Penelitian yang akan dilakukan mengambil salah satu apotek di daerah Cilacap sebagai objek penelitian. Apotek Asli Manjur adalah apotek terbesar yang terdapat di Kabupaten Cilacap. Namun, di Apotek Asli Manjur belum pernah dilakukan evaluasi.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dilakukan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian ulang obat di Apotek Asli Manjur. Maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif dengan rancangan observasional potong lintang. Lokasi penelitian di Apotek Asli Manjur, Kabupaten Cilacap, dengan pengambilan data pada 16–22 Juni 2025. Responden adalah seluruh pelanggan yang datang pada periode tersebut dan dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Populasi estimatif 7 hari (± 15 pelanggan/hari; $N=105$) menghasilkan kebutuhan sampel 83 responden (rumus Slovin, $e=5\%$). Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur; variabel bebas adalah kualitas pelayanan kefarmasian dan variabel terikat adalah loyalitas pelanggan [7].

Instrumen kuesioner mencakup (1) data sosiodemografi (nama, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan) dan (2) pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dengan skala Likert 1–5, serta penilaian loyalitas (5 butir; ya=1, tidak=0). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap instrument [8]. Analisis data menggunakan SPSS meliputi uji normalitas Kolmogorov–Smirnov; hubungan kualitas pelayanan–loyalitas diuji dengan korelasi Pearson

(bila normal) atau Spearman (bila tidak normal) pada $\alpha=0,05$, dan pengaruh variabel bebas terhadap loyalitas dianalisis dengan regresi linear berganda [9];[10];[11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Gambaran Data Distribusi Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap dalam rentang periode 16 Juni 2025 sampai dengan 22 Juni 2025 dengan jumlah sampel 83 pelanggan tanpa kriteria spesifik terhadap pelanggan. Selama penelitian ditemukan data bahwa sebagian besar pelanggan Apotek Asli Manjur adalah berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 17-23 tahun didukung berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap pada tahun 2024 dengan jumlah penduduk perempuan di Kabupaten Cilacap mencapai 1.006.459 penduduk.

Kurangnya pemahaman terkait pendidikan pada penduduk sekitar Apotek Asli Manjur menjadikan responden penelitian sebagian besar hanya berpendidikan terakhir SLTA dengan pekerjaan sebagiannya adalah ART/IRT. Hasil akhir terkait data karakteristik 83 responden di Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap didistribusikan pada tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	n	%
1. Usia		
17 – 23 Tahun	31	37,3
24 – 30 Tahun	21	25,3
31 – 37 Tahun	10	12,0
38 – 44 Tahun	8	9,6
>44 Tahun	13	15,7
2. Jenis Kelamin		
Laki-laki	28	33,7
Perempuan	55	66,3
3. Pendidikan Terakhir		
SD	9	10,8
SMP	12	14,5
SLTA	41	49,4
Diploma 1 – 3	5	6,0
Strata 1	14	16,9
Strata 2	1	1,2
Strata 3	1	1,2
4. Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	12	14,5
Tidak Bekerja	9	10,8
Buruh/ Petani/ Pedagang/ Kuli/ ART/ IRT	26	31,3
Pengusaha/ Wiraswasta/ Pegawai	14	16,9
Guru/ Karyawan/ Pramuniaga/ Administrasi/ Kasir/ Pelayan/ Driver	19	22,9
Dokter/ Bidan/ Rekamedis	3	3,6

Tabel 1 menunjukkan bahwa pelanggan Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap yang menjadi responden umumnya berusia 17-23 tahun dengan jumlah responden mencapai 31 responden (37,3%). Berdasarkan jenis kelamin pelanggan apotek dominan perempuan dengan jumlah 55 responden (66,3%). Berdasarkan pendidikan terakhir pelanggan Apotek Asli Manjur

cenderung merupakan responden dengan pendidikan terakhir SLTA dengan jumlah 41 responden (49,4%). Berdasarkan pekerjaannya, umumnya pelanggan Apotek Asli Manjur bekerja sebagai sebagai buruh/ petani/ pedagang/ kuli/ ART/ IRT sejumlah 26 responden (31,3%).

2) Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan

Ketika data kuisioner telah didapatkan, dilakukan uji normalitas dan uji homogenitas untuk memeriksa apakah data memenuhi asumsi tertentu sebelum menggunakan uji statistik parametrik. Uji normalitas bertujuan mengetahui data termasuk berdistribusi normal atau tidak normal. Hasil uji normalitas pada data kuisioner disajikan pada tabel 4.6.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Signifikansi	0,200
--------------	-------

Pada tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai *alpha* sebesar 0,05. Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi tersebut $>0,05$ maka data berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa data termasuk dalam distribusi normal.

Uji homogenitas bertujuan mengetahui apakah varians dari dua atau lebih kelompok data adalah sama. Hasil uji homogenitas pada data kuesioner disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Homogenitas dengan Uji Levene

Based on Mean	Signifikansi	0,369
---------------	--------------	-------

Hasil uji homogenitas dilihat pada nilai signifikansi dengan fokus pada *Based on Mean*. Data dapat dikatakan homogen apabila hasil uji homogenitas nilai signifikansinya $>0,05$. Berdasarkan tabel 3 didapatkan nilai signifikansi 0,369 atau $>0,05$ maka data dikatakan homogen.

Berdasarkan uji normalitas dan homogenitas didapatkan bahwa data kuisioner berdistribusi normal dan homogen maka uji parametrik dapat digunakan. Uji parametrik *pearson correlation* digunakan untuk menguji hubungan pada variabel bebas dan terikat. Dalam hal ini uji *pearson correlation* digunakan untuk menjawab hipotesa terkait hubungan antara kualitas pelayanan kefarmasian dengan loyalitas pelanggan Apotek Asli Manjur, dengan hasil pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Correlation

		Kualitas Layanan	Loyalitas
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	0,339
	Signifikansi		0,002
Loyalitas	Pearson Correlation	0,339	1
	Signifikansi	0,002	

Kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi cenderung memiliki pelanggan yang lebih loyal [12]. Berdasarkan tabel 4 hasil uji parametrik menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,002 dimana hasil tersebut $<0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan kefarmasian dengan loyalitas pelanggan di Apotek

Asli Manjur Kabupaten Cilacap dimana semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Sejalan dengan penelitian Verlyndika jenis penelitian kuantitatif non eksperimental korelatif dengan 100 responden pada periode Agustus 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dan kuat antara kualitas pelayanan kefarmasian dengan tingkat loyalitas pelanggan [13]. Penelitian lain yang dilakukan oleh Monica data dikumpulkan dengan kuesioner diberikan kepada 150 responden, kualitas pelayanan memiliki hubungan pada kepuasan konsumen apotek Viva Generik dan juga pada loyalitas konsumen [14]. Kemudian penelitian terbaru yang dilakukan oleh Rohmatudzakiyyah *et al*, pada bulan April tahun 2024 dengan 350 responden pengisi kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (p-value 0.019) [15].

Adapun nilai r atau kekuatan hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas yaitu 0,339 berdasarkan kelas interval kekuatan hubungan maka kekuatan hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan Apotek Asli Manjur termasuk dalam kategori sedang mendekati lemah. Kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan kefarmasian dan loyalitas pelanggan di Apotek Asli Manjur Cilacap dengan hasil klasifikasi sedang yang mendekati rendah menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan tidak hanya berhubungan dengan kualitas layanan apotek. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di apotek antara lain harga, kenyamanan fasilitas, dan pengetahuan karyawan [16].

3) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan berhubungan kuat dengan loyalitas pelanggan, oleh karena itu kualitas pelayanan tentu memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting karena berdampak signifikan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta sebagai tolak ukur kesuksesan suatu perusahaan [12].

Setelah diketahui adanya hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh jika variabel bebas lebih dari satu. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui antara kelima aspek dalam kualitas layanan mana yang lebih berpengaruh antara berwujud, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan terhadap loyalitas dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Anova Regresi Kualitas Layanan dengan Loyalitas

Signifikansi	0,036
--------------	-------

Tabel 5 hasil uji anova regresi linear berganda dengan nilai signifikansi 0,036 atau <0,05 dimana menunjukkan jika secara keseluruhan maka kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herrin & Mashariono, didapatkan hasil nilai signifikansi ialah $\alpha = 0,014$, dari nilai tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan [17].

Kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan dalam beberapa aspek diantaranya kepuasan pelanggan, kepercayaan, retensi pelanggan, rekomendasi, umpan balik, dan pengurangan biaya. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas yang kuat. Loyalitas pelanggan pada gilirannya memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, termasuk peningkatan retensi, rekomendasi, dan efisiensi biaya [12].

Dalam penelitian ini kualitas layanan terdiri atas 25 pertanyaan yang terbagi menjadi 5 aspek dalam penilaian kualitas pelayanan dalam penelitian ini lebih dari satu. Untuk melihat tingkat koefisien regresi masing-masing kualitas layanan disajikan hasil pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Coefficients Regresi Linear Berganda

Independent	Dependent	Signifikansi
Berwujud		0,153
Empati		0,531
Kehandalan	Loyalitas	0,950
Daya Tanggap		0,302
Jaminan		0,312

Pada tabel 6 dapat dilihat tabel *coefficients* nilai signifikansi untuk masing-masing dimensi kualitas dimana seluruhnya $>0,05$ yang artinya jika dilihat secara keseluruhan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, namun jika dilihat secara kesatuan pada masing-masing dimensi kualitas layanan tidak terdapat satupun aspek dalam kualitas layanan yang lebih dominan berpengaruh terhadap variabel loyalitas. Hal ini dikarenakan lima aspek tersebut berada dalam satu kuesioner yang mengukur satu variabel yaitu kualitas layanan. Hal ini juga mengidentifikasi bahwa kuesioner tersebut dinilai baik dalam mengukur kualitas layanan dengan lima dimensinya saling berkaitan satu sama lain dan tidak dapat dinilai secara kesatuan.

Sejalan dengan penelitian Tandiono & Agus yang dilakukan pada tahun 2024 didapatkan hasil bahwa kelima aspek dalam kualitas layanan saling berpengaruh positif dan berkaitan terhadap kepuasan pelanggan yang kemudian menumbuhkan loyalitas pelanggan. Pentingnya kualitas layanan terhadap keberhasilan sebuah perusahaan menjadi pertimbangan untuk tetap meningkatkan kualitas layanan yang diberikan [18].

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kefarmasian terhadap loyalitas pelanggan di Apotek Asli Manjur Kabupaten Cilacap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji statistik menunjukkan nilai signifikansi $0,036 (< 0,05)$, yang berarti bahwa setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Kelima aspek dalam kualitas layanan secara individual tidak menunjukkan pengaruh dominan yang signifikan, tetapi secara kolektif saling mendukung dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. dan Rosad, *Manajemen farmasi*, vol. 5, no. 3. 2020.
- [2] BPS, "Jumlah Fasilitas Kesehatan/ Number of Type of Health Facilities," *Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap*. 2023.
- [3] I. Gultom and A. Samosir, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Evony Coffee Shop Siantar," *Manaj. J. Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 56–62, 2021, doi: 10.36985/manajemen.v3i1.466.
- [4] N. W. Sulastini, N. L. A. W Abiyoga, and G. I. S. Diputra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening," *J. Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, vol. 4, no. 3, pp. 417–428, 2024.

- [5] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [6] E. Sapitri, S. Sampurno, and I. Hayani, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan," *J. Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknol.*, vol. 4, no. 2, pp. 231–240, 2020, doi: 10.33753/mandiri.v4i2.150.
- [7] S. Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- [8] I. Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9," *Semarang Badan penerbit Univ. Diponegoro. Var. Pemoderasi. E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, vol. 23 (2), no. 1470, 2018.
- [9] N. Sudjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2018.
- [11] I. M. S. Adiputra, N. W. Trisnadewi, N. P. W. Oktaviani, and S. A. Munthe, "Metodologi Penelitian Kesehatan," 2021.
- [12] T. Chandra, C. Stefany, and L. Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. 2020.
- [13] H. F. C. Verlyndika, N. Ardianto, R. Mardianto, and W. R. Maulidah, "HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI APOTEK KAYLA FARMA MALANG," *Parapemikir J. Ilm. Farm.*, vol. 12, no. 3, 2023, doi: 10.30591/pjif.v12i3.5848.
- [14] E. Monica, B. S. Dharmmesta, and S. P. Syahlani, "ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN APOTEK VIVA GENERIK DI SEMARANG," *J. Farm. SAINS DAN KOMUNITAS*, vol. 4, no. 2, 2017.
- [15] M. Rohmatudzakiyyah, A. R. Fahriyati, A. Dewantoro, I. Hartono, and W. Sobirin, "Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Klinik X Di Kabupaten Tangerang," *Pros. Semlitmas*, vol. 1, no. 1, 2024.
- [16] V. T. M. Huong *et al.*, "Correlation analysis of factors influencing customer loyalty in retail pharmacy chains: A cross-sectional study in Vietnam," *Pharmacia*, vol. 72, 2025, doi: 10.3897/pharmacia.72.e151257.
- [17] N. N. P. Herrin and Mashariono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nindya Surabaya," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 8, 2019.
- [18] J. Tandiono and A. A. Agus, "Analysis of Factors that Influence the Customer Loyalty in Modern Pharmacy Retail in Indonesia," *J. Samudra Ekon. dan Bisnis*, vol. 15, no. 1, 2023, doi: 10.33059/jseb.v15i1.8036.