

KEPUASAN DAN KEMAUAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) JASA PELAYANAN KONSELING APOTEKER DI SURAKARTA

SATISFACTION AND WILLINGNESS TO PAY PHARMACISTS COUNSELING SERVICES IN SURAKARTA

Mariska Sri Harlianti^{1*}, Khusnul Novitasari²

1. Department of Pharmacology and Clinical Pharmacy, Faculty of Pharmacy, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A.Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura – Surakarta 57102
2. Faculty of Pharmacy, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A.Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura – Surakarta 57102

Submitted: 30-01-2020

Revised: 05-02-2020

Accepted: 04-04-2020

* Corresponding author
Mariska Sri Harlianti

Email:
mariska@ums.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan merupakan salah satu indikator untuk menilai kualitas pelayanan konseling oleh apoteker di apotek. *Willingness to Pay* (WTP) merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur benefit tidak langsung dari suatu program. Kepuasan dan WTP memiliki korelasi yang positif. Bertambahnya tingkat kepuasan konsumen menyebabkan peningkatan nilai WTP. Tujuan penelitian ini adalah mengukur kepuasan dan nilai WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker dan hubungan kedua variabel tersebut. Penelitian non eksperimental dengan desain *cross sectional* dilakukan terhadap 100 pasien yang berkunjung ke apotek dan mendapatkan pelayanan konseling oleh apoteker. Kepuasan diukur berdasarkan 4 dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Nilai WTP ditentukan menggunakan metode *payment card*. Hubungan antara kedua variabel dianalisis menggunakan *pearson correlation* ($p\text{-value} < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan nilai tingkat kepuasan dan WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek wilayah kota Surakarta adalah 0,93 dan Rp 20.652 serta tidak ada hubungan antara keduanya ($Sig. = 0,422$). Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga baik. Meskipun demikian, hal ini tidak mempengaruhi responden untuk membayar jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek wilayah Kota Surakarta dengan nilai yang relatif lebih tinggi jika dibandingkan profesi lain.

Kata kunci: Kepuasan, Konseling Apoteker, Kemauan Membayar

ABSTRACT

Satisfaction was an indicator to assess the quality of counseling services by pharmacists in pharmacies. *Willingness to Pay* (WTP) was an approach that can be used to measure the indirect benefits of a program. Satisfaction and WTP have a positive correlation. The increasing level of consumer satisfaction caused an increase in the value of WTP. The purpose of this study was to measure the satisfaction and WTP value of counseling services by pharmacists and the relationship between them. Non-experimental research with cross sectional design was conducted on 100 patients who visited the pharmacy and received counseling services by the pharmacist. Satisfaction was measured based on 4 dimensions, namely: *tangible*, *reliability*, *assurance*, and *empathy*. WTP value was determined using the *payment card* method. The relationship between the two variables was analyzed by the *Pearson correlation* ($p\text{-value} < 0.05$). The results showed that the level of satisfaction and WTP of counseling services by pharmacists in the Surakarta city pharmacy was 0.93 and Rp 20,652 and there was no relationship between them ($Sig. = 0.422$). The high level of satisfaction showed that the quality of service was also good. However, it did not affect respondents to pay for counseling services by pharmacists in the Surakarta city area pharmacy with a relatively higher value when compared to other professions.

Keywords: Satisfaction, Pharmacist Counseling, Willingness to Pay

1. PENDAHULUAN

Tinjauan praktek kefarmasian dalam satu dekade terakhir telah mengalami pergeseran menjadi *patient oriented*. Apoteker sebagai anggota tim kesehatan bertanggungjawab terhadap *outcome* terapi obat. Apoteker mengoptimalkan manajemen pengobatan dan berkolaborasi dengan pasien, serta tenaga kesehatan lainnya. Konseling merupakan salah satu pelayanan kefarmasian yang berorientasi pasien dan menjadi tanggung jawab apoteker.

Penelitian mengenai pelaksanaan pelayanan konseling oleh apoteker di apotek telah dilakukan di wilayah kecamatan Temanggung dan kota Yogyakarta. Apoteker di apotek wilayah Kecamatan Temanggung telah melaksanakan konseling dengan alasan untuk meningkatkan kepatuhan pasien. Hampir 60% apoteker yang menjadi responden dalam penelitian ini melakukan konseling selama 5 – 10 menit. Hambatan yang dialami ketika melakukan konseling adalah kurangnya pengetahuan dan tempat yang nyaman (Lutfiyani *et al.*, 2016). Hasil wawancara dari 100 pasien yang berkunjung di apotek wilayah kota Yogyakarta menyatakan bahwa hanya 59 pasien yang mendapatkan konseling. Meskipun demikian, pelayanan konseling yang diterima telah berjalan dengan baik. Hal tersebut dinilai berdasarkan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti (lebih dari 90%), kemampuan komunikasi verbal dan non verbal (lebih dari 60%) serta ruang yang nyaman (lebih dari 50%) (Baroroh & Darmawan, 2016). Kualitas pelayanan konseling oleh apoteker di apotek harus ditingkatkan seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan informasi obat. Salah satu cara untuk mengevaluasi kualitas pelayanan adalah mengukur tingkat kepuasan pasien. Kepuasan menggambarkan kesesuaian antara harapan dengan performa pelayanan yang diterima oleh konsumen (Pohan, 2007).

Pengukuran *Willingness to pay* (WTP) terhadap pelayanan konseling yang diberikan oleh apoteker di apotek dapat memberikan gambaran benefit tidak langsung maupun nirwujud yang dirasakan oleh pasien. Besaran mata uang dalam WTP menggambarkan preferensi seseorang terhadap nilai suatu barang atau jasa, tidak semata-mata menggambarkan harga. Ketika seseorang bersedia membayar dengan harga yang rendah, berarti preferensinya terhadap nilai suatu barang atau jasa tersebut juga rendah (Grigorov *et al.*, 2012) atau bahkan tidak membutuhkannya sehingga permintaan (*demand*) akan menurun (Freeman *et al.*, 2014). Menurut Gall-Ely (2009) nilai WTP akan meningkat jika konsumen merasa puas terhadap produk atau merk tertentu.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur kepuasan dan nilai WTP jasa pelayanan konseling yang diberikan oleh apoteker di apotek wilayah kota Surakarta serta keterkaitan keduanya. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran kualitas, nilai (*value*), dan keterkaitan keduanya berdasarkan pendapat konsumen.

2. METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimental dengan desain *cross sectional*. Data dalam penelitian diambil menggunakan kuesioner yang terdiri dari 3 bagian, yaitu : (1) Data demografi responden; (2) Kepuasan dan harapan responden; (3) *Willingness to Pay*. Pernyataan terkait kepuasan dan harapan responden terdiri atas 16 butir pernyataan yang valid (nilai r hitung > 0,361) dan reliabel (nilai koefisien *Alpha cronbach's* > 0,6).

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah pengunjung apotek di wilayah kota Surakarta pada tahun 2017 yang mendapatkan konseling oleh apoteker, berusia 18 – 60 tahun, tidak buta huruf serta bersedia menandatangani *informed consent* untuk menjadi responden. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang berasal dari 3 apotek di wilayah Surakarta. Sampel diambil menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu: *quota sampling*.

Analisis Data

Data demografi pasien dianalisis secara deskriptif dengan cara menghitung persentase (%) masing-masing kategori. Data kepuasan dan harapan dianalisis secara deskriptif dengan cara menghitung gap antara harapan dan kepuasan untuk menentukan aspek dalam pelayanan konseling yang perlu ditingkatkan. Data nilai WTP dianalisis secara deskriptif dengan cara menghitung rata-rata nilai WTP dari responden yang menyatakan bersedia membayar. Hubungan antara kepuasan dan WTP dianalisis secara kuantitatif menggunakan *Pearson correlation*. Adanya hubungan antara kedua variabel tersebut ditunjukkan dengan nilai Sig. < 0,05.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Penelitian ini melibatkan 3 apotek di wilayah Kota Surakarta dengan jumlah responden 100 orang. Menurut Kasjono & Yasril (2009), jumlah sampel dalam penelitian deskriptif minimal 100. Untuk mengurangi variasi pelayanan konseling yang diterima oleh responden, peneliti menetapkan kriteria apotek tempat penelitian. Lima apotek dengan manajemen yang sama di wilayah Kota Surakarta, tiga diantaranya bersedia dijadikan tempat penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mewakili seluruh populasi pengunjung apotek tersebut.

Tabel 1. Data Demografi Responden di Apotek Wilayah Surakarta Tahun 2017

Kategori	Frekuensi	Persentase (%) (n=100)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	49	49%
Perempuan	51	51%
Usia		
18 – 25 tahun	17	17%
26 – 36 tahun	25	25%
36 – 45 tahun	15	15%
>45 tahun	43	43%
Pendidikan		
SD	7	7%
SMP	12	12%
SMA	41	41%
D3	6	6%
S1	23	23%
S2	4	4%
S3	2	2%

Tidak sekolah	5	5%
Pekerjaan		
Mahasiswa / Pelajar	13	13%
Ibu Rumah Tangga	9	9%
Buruh / Tani	11	11%
Wiraswasta	45	45%
PNS	21	21%
Tenaga Kesehatan	1	1%
Pendapatan per bulan		
<Rp 1.000.000	10	10%
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	15	15%
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	31	31%
Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	8	8%
Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	23	23%
>Rp 5.000.000	13	13%

Data demografi responden yang disajikan dalam Tabel 1 diperoleh dari kuesioner bagian (1) yang diisi mandiri oleh responden. Berdasarkan Tabel 1, responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia >45 tahun, berpendidikan SMA, bekerja sebagai wiraswasta dan mempunyai pendapatan per bulan di antara Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000.

Kepuasan dan Harapan Responden

Kuesioner bagian (2) yang berisi 16 butir pernyataan merupakan instrument yang digunakan untuk mengukur kepuasan dan harapan responden terhadap pelayanan konseling yang diberikan oleh apoteker di apotek wilayah kota Surakarta. Dimensi yang diukur meliputi *tangible* (butir 1 – 4), *reliability* (butir 5 – 11), *assurance* (butir 12 – 13) dan *empathy* (butir 14 – 16). Skor kepuasan dan harapan di dalam kuesioner dikategorikan menjadi 5 skala, yaitu : 1 = sangat tidak puas atau sangat tidak penting; 2 = tidak puas atau tidak penting; 3 = puas atau penting; 4 = cukup puas atau cukup penting dan 5 = sangat puas atau sangat penting. Skor kepuasan dan harapan dari 100 responden dihitung rata-rata dan gap antara harapan dan kepuasan seperti yang tercantum pada Tabel 2. Kepuasan mempunyai hubungan yang positif dengan kualitas pelayanan (Az-Zahroh, 2017). Evaluasi dilakukan terhadap dimensi dalam pelayanan konseling yang perlu ditingkatkan agar memenuhi harapan pasien.

Tabel 2. Kepuasan dan Harapan Pelayanan Konseling oleh Apoteker di Apotek Wilayah Kota Surakarta Tahun 2017

Indikator Mutu	Kepuasan	Gap (Kepuasan – Harapan)	Harapan
Dimensi <i>Tangible</i>	3,97	-(0,18)	4,15
Dimensi <i>Reliability</i>	3,49	-(0,30)	3,79
Dimensi <i>Assurance</i>	3,47	-(0,42)	3,89
Dimensi <i>Empathy</i>	4,12	-(0,21)	4,33
Rata-rata	3,76	-(0,28)	4,04
Tingkat Kepuasan		= 3,76/4,04 = 0,93	

Kualitas pelayanan konseling yang dilakukan oleh apoteker di apotek wilayah kota Surakarta tergolong baik karena nilai perbandingan rata-rata kepuasan dan harapan berada di

kategori tinggi, yaitu antara 0,80 – 0,1 (Arikunto, 2013). Berdasarkan Tabel 2, dimensi *empathy* dalam pelayanan konseling oleh apoteker di apotek wilayah Surakarta memiliki rata-rata skor kepuasan yang paling tinggi, sedangkan dimensi *assurance* yang paling rendah. Hal ini hamper sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Baroroh (2014) dimana rata-rata skor kepuasan yang paling tinggi adalah dimensi *tangible*, sedangkan yang paling rendah adalah dimensi *assurance*. Sebaliknya, penilaian kepuasan terhadap pelayanan di apotek Kota Depok menunjukkan bahwa dimensi *assurance* memiliki rata-rata skor kepuasan yang paling tinggi sedangkan dimensi *tangible* paling rendah (Yulia, *et al.*, 2016). Dimensi *empathy* yang diukur dalam penelitian ini meliputi kepedulian apoteker terhadap keluhan pasien, keramahan dan kemampuan apoteker dalam menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pasien. Dimensi *assurance* yang diukur dalam penelitian ini meliputi penjaminan mutu obat oleh apoteker dan pemastian kebenaran informasi yang diterima oleh pasien.

Berdasarkan Tabel 2, dimensi *empathy* juga memiliki skor harapan yang paling tinggi, sedangkan dimensi *reliability* paling rendah. Penelitian yang dilakukan Baroroh (2014) juga menunjukkan bahwa dimensi *reliability* memiliki skor rata-rata harapan yang paling rendah. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia *et al* (2016) dimana dimensi *assurance* memiliki rata-rata skor harapan yang paling tinggi sedangkan dimensi *tangible* paling rendah. Dimensi *reliability* yang diukur dalam penelitian ini meliputi kelengkapan informasi yang disampaikan oleh apoteker ketika memberikan konseling. Informasi tersebut terdiri atas : lama penyiapan, kegunaan, cara pemakaian, lama penggunaan, penyimpanan, efek samping serta hal-hal yang harus dihindari (makanan, minuman atau obat lain) ketika minum obat.

Gap antara harapan dan kepuasan pada penelitian ini bernilai negatif (-) untuk semua dimensi, seperti yang disajikan dalam Tabel 2. Hal ini menggambarkan bahwa performa pelayanan konseling yang diterima oleh responden belum sesuai dengan harapan. Nilai *gap* untuk semua dimensi berkisar $-(0,8)$ sampai dengan $+(0,8)$, termasuk dalam kategori cukup puas (Yulia *et al.*, 2016). Dimensi *assurance* memiliki nilai *gap* negatif yang paling tinggi di antara 3 dimensi lainnya. Hal yang sama juga terjadi di apotek kota Yogyakarta (Baroroh, 2014). Sedangkan di apotek wilayah Jambi, nilai *gap* negatif tertinggi pada dimensi *reliability* (Helni, 2015). Hasil penelitian Yulia *et al* (2016) di apotek kota Depok menunjukkan bahwa nilai *gap* negatif tertinggi adalah dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Penilaian kepuasan dan harapan terhadap dimensi tersebut belum dapat dilakukan dalam penelitian ini. Dimensi *responsiveness* menilai kesigapan, sikap dan komunikasi petugas apotek dalam menanggapi pertanyaan pasien terkait obat.

Dimensi *assurance* dalam penelitian ini menggambarkan bahwa aspek penjaminan mutu obat dan pemastian kebenaran informasi yang diterima oleh pasien belum sesuai dengan harapan. Konseling merupakan salah satu aspek pelayanan farmasi klinik di apotek yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, kesadaran dan kepatuhan (Menteri Kesehatan, 2016) sehingga dapat meningkatkan *outcome* terapi dan keselamatan pasien. Penjaminan mutu obat melalui konseling dapat dilakukan oleh apoteker dengan memberikan informasi tentang jadwal dan cara penggunaan obat, perubahan gaya hidup serta penyimpanan. Pemastian kebenaran informasi yang diterima oleh pasien dalam konseling perlu dilakukan agar tidak ada informasi yang terlewat maupun pemahaman pasien yang keliru. Menurut Baroroh (2014), perlu dilakukan peningkatan pengetahuan dalam memberikan konseling agar informasi

yang diberikan tepat dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap obat yang dibeli di apotek.

Willingness to Pay (WTP)

Benefit tidak langsung maupun berwujud pelayanan konseling yang dilakukan oleh apoteker di apotek wilayah Surakarta dapat diukur menggunakan pendekatan WTP. Nilai WTP tiap responden dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode *payment card*. Responden dapat memilih berapa rupiah yang akan dibayarkan untuk mendapatkan pelayanan konseling oleh apoteker. Pilihan nilai WTP didasarkan pada nilai relatif jasa yang diperoleh dari profesi lain, misalnya dokter, berdasarkan asumsi peneliti. Berdasarkan Tabel 3, lebih dari 50% responden tidak bersedia membayar jasa pelayanan konseling oleh apoteker. Sisanya bersedia membayar dengan rata-rata Rp 20.652. Banyaknya responden yang tidak mau mengeluarkan uang untuk mendapatkan konseling oleh apoteker di apotek menggambarkan bahwa pelayanan ini belum memiliki nilai (*value*) di mata masyarakat. Gerves *et al* (2013) mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan menyebabkan seseorang mau membayar. Hal ini tergantung dari preferensi individu terhadap sesuatu, misalnya pelayanan konseling yang dilakukan oleh apoteker di apotek. Orientasi nilai yang positif akan memberikan dampak pada sikap seseorang terhadap pelayanan sehingga akan meningkatkan nilai WTP (Khoiriyah & Toro, 2014). Peran apoteker sangat penting dalam meningkatkan nilai dan manfaat pelayanan sehingga akan meningkatkan kemauan masyarakat membayar jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek.

Tabel 3. Willingness to Pay (WTP) Pelayanan Konseling oleh Apoteker di Apotek Wilayah Kota Surakarta Tahun 2017

Kemauan Membayar	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Bersedia	54	54,00%
Bersedia	46	46,00%
	n = 100	
Rp 10.000	19	41,30%
Rp 15.000	5	10,87%
Rp 20.000	8	17,39%
Rp 25.000	1	2,17%
Rp 30.000	4	8,70%
Rp 35.000	4	8,70%
Rp 40.000	1	2,17%
Rp 50.000	4	8,70%
	n = 46	

Hubungan antara Kepuasan dan Willingness to Pay (WTP)

Penelitian yang dilakukan oleh Karyadi & Murti (2013) mengemukakan bahwa setiap peningkatan 10 skor kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kemauan membayar sebesar Rp 11.550. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap WTP dengan korelasi positif. *Expected services* dan *perceived services* merupakan dua hal yang harus dipenuhi dalam menentukan kategori kualitas jasa pelayanan. Jika *perceived services* sesuai dengan *expected services* maka konsumen merasa puas dan jasa pelayanan kesehatan dikategorikan berkualitas (Mudayana & Rusmitasari, 2015).

Tabel 4. Hubungan antara Kepuasan dan WTP Pelayanan Konseling oleh Apoteker di Apotek Wilayah Kota Surakarta Tahun 2017

		Kepuasan	WTP
Kepuasan	<i>Pearson Correlation</i>	1	-0,020
	<i>Sig. (2 tailed)</i>		0,422
	<i>N</i>	100	100

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan responden terhadap pelayanan konseling yang diberikan oleh apoteker di apotek wilayah kota Surakarta tidak memiliki hubungan dengan nilai WTP (*Sig.* = 0,422), seperti yang disajikan dalam Tabel 4. Hal ini menggambarkan bahwa kemauan responden untuk membayar jasa pelayanan konseling tidak semata-mata berdasarkan kualitas pelayanan. Menurut Yandrizal *et al* (2015), kemauan membayar dipengaruhi oleh kemampuan membayar, jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan serta adanya kebutuhan lain yang lebih penting berdasarkan persepsi individu. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa tingkat pengetahuan, pengalaman (Ko *et al.* 2012) dan *outcome* yang diperoleh (Mushunje, 2012) menjadi pertimbangan untuk mau membayar biaya program. Karyadi & Murti (2013) mengemukakan bahwa pendidikan, pendapatan dan persepsi tentang kualitas memiliki hubungan positif dengan WTP. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Atriyani & Harun (2019). Untuk meningkatkan nilai WTP jasa pelayanan konseling yang dilakukan oleh apoteker di apotek tidak dapat dilakukan hanya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP jasa pelayanan konseling oleh apoteker di apotek.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelayanan konseling oleh apoteker di apotek adalah 0,93 (kategori puas), rata-rata nilai WTP adalah Rp 20.652 dan tidak ada hubungan antara keduanya (*Sig.* = 0,422).

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada manajemen apotek tempat pengambilan data atas ijin dan kerjasamanya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

6. KONFLIK KEPENTINGAN

Peneliti menyampaikan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penelitian ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Atriyani, R., & Harun, H. (2019). Faktor yang Berhubungan dengan Kemauan Membayar (Willingness to Pay) Pasien Rawat Jalan Poli Interna RSUD Kota Kendari Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Celebes*, 1(2), 12 – 17.
- Az-Zahroh, T.N. (2017). Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Ruang Dewasa Umum Rumah Sakit X Kabupaten Gresik. *Psikosains*, 12(2), 99 – 111.
- Baroroh, F. (2014). Evaluasi Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kota Yogyakarta. *Pharmaciana*, 4(2), 135 – 141.

- Baroroh, F., & Darmawan, E. (2016), Evaluasi Implementasi Pelayanan Konseling Obat di Apotek Kota Yogyakarta. *Farmasains*, 3(1), 13 – 19.
- Freeman, P.R., Jones, M., & Blumenschein, K. (2014). It's Not Just the Money : Why Consumers Do Not Purchase Pharmacist Provide Services. *Pharmacology and Pharmacy*, 570 – 576. doi:10.4236/pp.2014.56067.
- Gall-Ely, M.L. (2009). Definition, Measurement and Determinants of The Consumer's Willingness to Pay : A Critical Synthesis and Directions for Further Research. *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 91–113.
- Gerves, C., Bellanger, M.M., & Ankri, J. (2013). Economic Analysis of The Intangible Impacts of Informal Care for People with Alzheimer's Disease And Other Mental Disorder. *Value in Health*, 16, 745 – 754.
- Grigorov, E.E., Naseva, E.K., Lebanova, H.V., & Getov, I.N. (2012). Testing Willingness to Pay for Blood Pressure Measurement in Community Pharmacy. *African Journal of Pharmacy and Pharmacology*, 6, 1005 – 1010, doi:10.5897/AJPP12.047
- Helni. (2015). Tingkat kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Apotek di Kota Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 17(2), 01 – 08.
- Karyadi E., & Murti B. (2013). Hubungan antara Persepsi Pasien tentang Kualitas dan Kemauan Membayar Pelayanan Kesehatan Gigi di MMC UMS. *Jurnal Kesehatan*, ISSN 1979-7621, 6(1), 80-88.
- Kasjono, H.S., & Yasril. (2009). Teknik Sampling untuk Penelitian Kesehatan. Penerbit : Graha Ilmu.
- Khoiriyah, S., & Toro, M.J.S. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesediaan Membeli Produk Hijau. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 63 – 76.
- Ko, F., Frick, K.D., Tzu, J., He, M., & Congdon, N. (2012). Willingness to Pay for Potential Enhancements to A Low-Cost Cataract Surgical Package in Rural Southern China. *Acta Ophthalmologica*, e54 – e60, doi:10.1111/j.1755-3768.2011.02207.x
- Lutfiyani, H., Yuliani, F., & Dianita, P.S. (2016). Pelaksanaan Konseling oleh Apoteker di Apotek Kecamatan Temanggung. *Jurnal Farmasi Sains dan Praktis*, 2(1), 24 – 29.
- Menteri Kesehatan. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Jakarta.
- Mudayana, A.A., & Rusmitasari, H. (2015). Analisis Kemampuan dan Kemauan Membayar Pasien Rawat Inap di RS PKU Myhamadiyah Bantul. *Kesmas*, 9(1), 45 – 52.
- Mushunje, I.T. (2012). Willingness to Pay for Pharmacist-Provided Services Directed Towards Reducing Risks of Medication-Related Problems. Thesis. Nelson Mandela Metropolitan University. Port Elizabeth South Africa.
- Pohan, I.S. (2007). Jaminan Mutu Layanan Kesehatan : Dasar-Dasar, Pengertian dan Penerapan. Penerbit : EGC
- Yandrizal, Rifa'I, & Utami, S.P. (2015). Analisis Kemampuan dan Kemauan Membayar Iuran terhadap Pencapaian UHC JKN di Kota Bengkulu. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 10(1), 3 – 10.
- 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.