

ABSTRAK

Swamedikasi merupakan bentuk pelayanan farmasi yang dilakukan oleh seseorang dengan memilih pengobatan secara mandiri untuk mengatasi keluhan atau penyakit ringan. Kepuasan terhadap pelayanan swamedikasi menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepuasan pelayanan swamedikasi dengan loyalitas konsumen di apotek K-24 Monjali, Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah deskriptif analitik menggunakan desain *cross-sectional*. Responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis bivariat dengan uji *chi-square* untuk melihat hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan pelayanan swamedikasi di Apotek K-24 Monjali yang termasuk dalam kategori sangat memuaskan = 56%, memuaskan = 31%, dan tidak memuaskan = 13%, sedangkan loyalitas konsumen yang termasuk dalam kategori loyal = 80%, dan tidak loyal = 20%. Hasil uji *chi-square* menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,035 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan pelayanan swamedikasi dengan loyalitas konsumen di apotek K-24 Monjali.

Kata kunci: Swamedikasi, Kepuasan, Loyalitas, Apotek.



ABSTRAC

Self-medication is a form of pharmaceutical service where individuals choose their own medication to address minor complaints or ailments. Satisfaction with self-medication services is a crucial factor in building consumer loyalty. This study aims to analyze the relationship between satisfaction with self-medication services and consumer loyalty at the K-24 Monjali pharmacy in Yogyakarta. The method used is descriptive analytics with a cross-sectional design. Respondents were selected through purposive sampling based on inclusion and exclusion criteria. Data were collected using questionnaires and analyzed using bivariate analysis with the chi-square test to examine the relationship between satisfaction and consumer loyalty. The results of the study show that satisfaction with self-medication services at K-24 Monjali Pharmacy falls into the following categories: very satisfactory = 56%, satisfactory = 31%, and unsatisfactory = 13%. Meanwhile, consumer loyalty falls into the following categories: loyal = 80%, and not loyal = 20%. The chi-square test results showed a p-value of 0.035 ($p < 0.05$), indicating a significant relationship between satisfaction with self-medication services and consumer loyalty at K-24 Monjali Pharmacy.

Keywords: Self-medication, Satisfaction, Loyalty, Pharmacy.

