

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI APOTEK RAFFI FARMA CIKOTOK LEBAK BANTEN

Iqmal Putra Pratama¹, Sinta Sulistiani²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ iqmalputrapratama@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² dosen01876@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to determine the variable "Effect of Product Quality and service quality on customer satisfaction at Raffi farma pharmacy Cikotok Lebak Banten". The research method used in this study is descriptive with a quantitative approach. The data analysis used includes: Descriptive Statistical Test, Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Multiple Linear Regression, t Test (Partial), Test F (Simultaneous), Correlation Coefficient (R) and Coefficient of Determination (R²). The research results from the t test show that the significance value of the 3 independent variables is more than 0.05 with a coefficient of determination (R²). independent variable is more than 0.05, thus it can be concluded that partially both product quality and service quality affect customer satisfaction. service Affects Customer Satisfaction. Meanwhile, from the results of the F test (simultaneous) obtained a significance value of 0.000 (0.000 < 0.05) and an Fcount value of 163.866 which means Fcount is greater than Ftable (163.866 > 3.094), which means that the variables Product quality and service quality affect customer satisfaction. From the correlation coefficient test results, the value of R value of 0.889 which is the variable Product Quality and Service Quality have a very strong very strong correlation relationship to Customer Satisfaction. And from the results of the coefficient of determination (R²) test, the adjusted R square value value of 0.790, which means that the influence of the variables of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction in this study is 79.0%, while the rest of the variables of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction is 0.790.

Say Key: Influence of Product Quality and Service Quality on customer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Raffi farma Cikotok Lebak Banten”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan meliputi: Uji Statistik Deskriptif, Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Regresi Linear Berganda, Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²). Hasil penelitian dari Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari 3 variabel independent sebesar lebih dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial baik Kualitas Produk maupun Kualitas pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan dari hasil uji F (simultan) didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000 < 0,05) dan nilai Fhitung sebesar 163.866 yang berarti Fhitung lebih besar dari Ftabel (163,866 > 3,094), yang berarti variabel Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil uji koefisien korelasi didapat nilai R sebesar 0,889 yang variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai tingkat hubungan

korelasi yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan . Dan dari hasil uji koefisien determinasi (R^2), nilai adjusted R square sebesar 0,790 yang berarti pengaruh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini sebesar 79,0% sedangkan sisanya sebesar 21,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

1. PENDAHULUAN

Persaingan dari organisasi asing semakin tak terelakkan, maka peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan juga harus di sesuaikan dengan standar internasional, yaitu dengan mendapatkan sertifikat ISO yang merupakan suatu jaminan terhadap suatu mutu atau kualitas. Kualitas layanan jasa yang diberikan merupakan sasaran utama dari semua taktik dan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen, karena sasaran utama adalah perubahan perilaku untuk itu perlu perencanaan strategi dimulai dengan memahami perilaku konsumen tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga pelanggan puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri.

Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Dalam memenuhi kebutuhan kehidupan, manusia tidak bisa lepas dari bermacam-macam tingkat kebutuhan, baik kebutuhan untuk kesehatan, kebutuhan rasa aman, kebutuhan memiliki, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri.

Dari beberapa kebutuhan tersebut kebutuhan manusia akan kesehatan merupakan kebutuhan yang tidak dapat diabaikan lagi pemenuhannya. Masyarakat sebagai pelanggan akan dihadapkan pada berbagai macam pilihan pengambilan obat kesehatan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan. Prosedur yang harus di laksanakan yaitu Apotek harus menyiapkan pelayanan dengan baik, cepat dan tanggap. Dalam jenis produk Apotek harus

memberikan obat sesuai dengan resep ataupun yang di inginkan oleh pasien atau pelanggan.

Sesuai dengan produk obat Apotek juga harus menghitung harga sesuai dengan kebutuhan agar tidak merugikan satu sama lain. Kualitas produk dalam hal pemberian obat sesuai kebutuhan pelanggan sangatlah penting, karena produk adalah hal yang membuat pelanggan sangatlah puas untuk kebutuhan pengobatan. Apabila produk yang diberikan tidak sesuai yang di inginkan pelanggan. Pelanggan akan merasa kecewa karena kualitas produk dalam penyembuhan prosesnya sangatlah lambat. Kehilangan pelanggan akan menjadi bencana di dalam pasar yang sudah matang, yakni pasar telah mengalami sedikit pertumbuhan nyata. Pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, mengingat pelanggan mencerminkan potensi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu, dengan segala kiatnya

Perusahaan hendaknya juga terus berupaya agar pelanggan dapat menjadi pelanggan yang setia. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian.

Kompleksitas lingkungan apotek dapat kompleks dengan berbagai faktor yang mempengaruhi pelayanan dan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti pengaturan produk, keberlanjutan pasokan obat, sistem manajemen, dan komunikasi dengan pasien dapat mempengaruhi efektivitas apotek dalam menyediakan layanan yang berkualitas.

Perubahan dalam praktik apotek terus berkembang seiring dengan perubahan dalam sistem perawatan kesehatan dan perkembangan teknologi. Konsep "Farmasi Klinis" semakin diperkenalkan di Apotek Raffi Farma, yang menekankan peran apoteker dalam memberikan layanan yang lebih terfokus pada pasien, termasuk pemantauan obat, konseling, dan manajemen penyakit. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi pengaruh perubahan ini terhadap pelayanan dan kepuasan pelanggan di apotek.

Menurut Tjiptono, (2020: 19) "kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum".

Pentingnya kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam penilaian kualitas pelayanan di apotek. Pelanggan yang puas cenderung lebih setia, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan apotek, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas bagi apotek.

Menurut Indahingwati, (2019) kualitas pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Kualitas bisa didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkenaan dengan maksud yang diharapkan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Apotek Raffi Farma. Faktor-faktor seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, keakuratan informasi, dan kemudahan komunikasi dengan staf Apotek dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Apotek.

Menurut Ciciek Adhias Putri dan Juni Trisnowati, (2021:13) "kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk memenuhi harapan dari pelanggan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan". Pengaruh kualitas produk terhadap

kepuasan pelanggan kualitas produk yang baik juga menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan di Apotek. Pelanggan mengharapkan produk yang aman, efektif, dan berkualitas dari Apotek. Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Apotek dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan di apotek. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi manajemen Apotek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang setia. Melalui penelitian mengenai apotek, dapat ditemukan strategi dan kebijakan yang dapat meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat membantu apotek dalam menghadapi tantangan yang ada dalam lingkungan yang terus berubah.

Tabel 1.1
Data Pra-Survei Kepuasan Pelanggan pada Apotek Raffi Farma Cikotok

No.	Jenis Keluhan	Jawaban Responden Pelanggan				Jumlah
		Ya		Tidak		
1.	Saya merasa puas dengan keramahan dan kesesuaian harapan dalam pembelian obat di Apotek Raffi Farma Cikotok	11	36%	19	63%	30
2.	Saya merasa puas dengan kinerja pegawai sehingga saya minat membeli kembali di Apotek Raffi Farma Cikotok.	8	26%	22	73%	30
3.	Saya merasa puas dengan ketersediaan obat dan kualitas obat sehingga saya bersedia untuk merekomendasikan.	14	46%	16	53%	30

Melalui Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa telah terjadi sebuah rasa ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan Apotek Raffi Farma Cikotok. Hal ini dapat dilihat pada tabel di atas yang dilakukan berupa penawaran sebuah produk atau tindakan, kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, serta ketersediaan merekomendasikan. persentase di atas 50% sebagai tanda bahwa sejauh ini pelanggan belum sepenuhnya merasapuas melakukan pembelian obat di Apotek Raffi Farma Cikotok. Hal ini pula meliputi bagaimana pihak perusahaan penyedia jasa melayani pelanggan

Tabel 1.2

Data Jumlah Pelanggan Apotek Raffi Farma 2022

Tahun	Target Pelanggan	Jumlah Pelanggan	Persentase
2020	150	110	73,3%
2021	150	83	53,3%
2022	150	90	60%

Data yang di olah peneliti

Berdasarkan tabel 1.2 data jumlah pelanggan di Apotek Raffi Farma Cikotok pada tahun 2020-

2022, bisa disimpulkan bahwa Jumlah pelanggan yang hampir memenuhi yaitu pada tahun 2020 dengan Jumlah pelanggan 110 dan persentasenya 73,3% , tetapi mengalami penurunan pada tahun 2021 dengan Jumlah pelanggan 83 dan persentasenya 53,3%. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan kembali Jumlah pelanggan yaitu 90 dan persentasenya 60%.

Tabel 1.3
Data Prasurvey Produk tentang Kualitas produk Apotek Raffi Farma Cikotok

No	Indikator	Jawaban		Jumlah Pelanggan	Persentase
		Setuju	Tidak Setuju		
1	Sejauh mana produk sesuai dengan kebutuhan dan Harapan pelanggan	26	4	30	13%
2	Tingkat keamanan produk yang diberikan dalam penggunaannya	28	2	30	7%
3	Kemasan yang menarik sesuai dengan citra produk	20	10	30	33%
4	Ketersediaan suku cadang/astok obat yang serupa	22	8	30	27%

Sumber : Data primer yang diolah

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kualitas produk yang baik juga menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan di Apotek Raffi Farma Cikotok. Pelanggan mengharapkan produk yang aman, efektif, dan berkualitas dari Apotek. Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Apotek dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana

Tabel 1.4
Data hasil penjualan Apotek Raffi Farma 2022

Tahun	Target	Penjualan	Persentase
2020	Rp 700.000.000,00	Rp 450.000.000,00	64,3%
2021	Rp 700.000.000,00	Rp 396.000.000,00	56,5%
2022	Rp 700.000.000,00	Rp 436.000.000,00	62,3%

Sumber : Data primer yang diolah

Pada tabel 1.4 menunjukkan bahwa terjadi penurunan pada penjualan apotek raffi farma cikotok ditahun 2020 - 2022. Permasalahan terjadinya penurunan disebabkan karena adanya persaingan. Dengan hal ini produsen apotek raffi farma cikotok harus dapat meningkatkan keputusan pembelian obat di apotek raffi farma cikotok untuk mempertahankan penjualan.

Tabel 1.5
Data Keluhan Pelanggan

No	Indikator	2020	2021	2022
1	Kurangnya Lahan Parkir Mobil	10	24	21
2	Pelayanan Lama	20	38	36
3	Tidak Sesuai Pesanan	5	14	13
Jumlah		35	76	70

Sumber : Apotek Raffi Farma

Dari data di atas terdapat hasil keluhan konsumen terhadap Apotek Raffi Farma, pada tahun 2020 terdapat 35 keluhan, pada 2021 mengalami peningkatan menjadi 76 keluhan, dan pada 2022 mengalami penurunan sebanyak 70 keluhan pelanggan, besar kemungkinan hal ini berdampak pada kepuasan pelanggan yang mana menjadi tujuan Apotek Raffi Farma untuk meningkatkan kepuasan pelanggan bisa terhambat jika tidak cepat diperbaiki atau membuat perubahan agar lebih baik lagi. Data di atas di ambil dari hasil wawancara dengan manager Apotek Raffi Farma.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Eka Giovana Asti dan Eka Avianti Ayuningtiyas (2020) Pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Berdasarkan hasil penelitian maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kepuasan pelanggan tidak di pengaruhi oleh kualitas produk

Agung Kresna Murti Rivai p, Suneni, Ika Febrilia (2019) Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Transportasi ojek online Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi ijek online Grab ditra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan transportasi ojek online grab

Darmawan, Yulianthini, dan Mahardika (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan UD. Widya Partha. Hargasecara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan UD. Widya Partha. Citra toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan UD widya Partha Kualitas Pelayanan Harga dan citra merek dan citra toko secara bersama sama Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Supriadi Thalib, Harimurti (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa pengiriman jne Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan, harga tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan

Kartika Eka Paksi Dai, Jhony A>F. Kalangi, Joula j. Rogahang (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan jasa service PT Kumala Cemerlang Abadi Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Air manado Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado, Kualitas produk, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado, Harga, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Fahmi

Majid Attamimi, M. Hufron, dan Fahrurrozi Rahman (2021) Pengaruh kualitas pelayanan, Harga, dan ketepatan Waktu terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen jne kota malang) Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di JNE Kota Malang, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di JNE Kota Malang, harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di JNE Kota Malang, ketepatan waktu berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di JNE Kota Malang

Melisari, Eka Farida, Restu Millaningtyas (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan pelanggan Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma) Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ali Mubarak (2018) Jurnal Pemasaran Kompetitif Manajemen Pemasaran Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Equity dan Kualitas

Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, brand equity dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika r -hitung > r -tabel maka instrumen dikatakan valid. Jika r -hitung < r -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach alpha

$$r_{ca} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St^2} \right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan

(dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{y_{x_1}, x_2} = \frac{ry_{x_1} - ry_{x_2} \cdot rx_1 x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1 x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05 , maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat

digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4. 8
 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
X1.1	0,771	0,205	valid
X1.2	0,715	0,205	valid
X1.3	0,749	0,205	valid
X1.4	0,740	0,205	valid
X1.5	0,685	0,205	valid
X1.6	0,763	0,205	valid
X1.7	0,732	0,205	valid
X1.8	0,646	0,205	valid
X1.9	0,638	0,205	valid
X1.10	0,772	0,205	valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, hasil uji validitas Kualitas Produk (X1) diperoleh seluruh nilai r hitung > r tabel 0,205, artinya seluruh item atau pernyataan kuesioner pada variabel kualitas Produk (X1) dinyatakan valid. Sehingga kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini

Tabel 4. 9
 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
X2.1	0,647	0,205	Valid
X2.2	0,693	0,205	Valid
X2.3	0,715	0,205	Valid
X2.4	0,716	0,205	Valid
X2.5	0,654	0,205	Valid
X2.6	0,701	0,205	Valid
X2.7	0,719	0,205	Valid
X2.8	0,648	0,205	Valid
X2.9	0,683	0,205	Valid
X2.10	0,789	0,205	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X2) di peroleh seluruh nilai r hitung > r tabel 0,205, artinya seluruh item atau pernyataan koesioner pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) dinyatakan valid. Sehingga Kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini.

Tabel 4. 10
 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keputusan
X2.1	0,686	0,205	Valid
X2.2	0,707	0,205	Valid
X2.3	0,741	0,205	Valid
X2.4	0,680	0,205	Valid
X2.5	0,607	0,205	Valid
X2.6	0,721	0,205	Valid
X2.7	0,771	0,205	Valid
X2.8	0,751	0,205	Valid
X2.9	0,709	0,205	Valid
X2.10	0,742	0,205	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas, hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y) di peroleh seluruh nilai r hitung > r tabel 0,205, artinya seluruh item atau pernyataan koesioner

pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid. Sehingga Kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data dalam penelitian ini

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 11
 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0,897	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,881	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,891	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha atas variabel Kualitas Produk sebesar 0,897 variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,881 dan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,891. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner semua ini reliable karena mempunyai nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,600. Sehingga dapat dikatakan uji reliabilitas ini dapat diterima (reliable) untuk digunakan dalam penelitian

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	6,44859377	
Most Extreme Differences	Absolute	,116	
	Positive	,116	
	Negative	-,082	
Test Statistic			,116
Asymp. Sig. (2-tailed)			,005 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,161 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,151
		Upper Bound	,170
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: Data diolah peneliti

Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan analisa grafik probability plot dan Histogram, pada pendekatan Histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, sedangkan pada pendekatan grafik Probabilty Plot data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Berikut adalah hasil uji normalitas berupa gambar histogram dan grafik

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.13
 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	Beta				
1 (Constant)	2.926	1.677			1.744	.085		
Kualitas Produk (X1)	.408	.110		.425	3.718	.000	.185	5.411
Kualitas Pelayanan (X2)	.497	.117		.487	4.259	.000	.185	5.411

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil uji multikolinearitas dengan collinearity statistic diperoleh hasil berikut:

Nilai tolerance variabel Kualitas Produk $0,185 < 1$ dan nilai VIF $5,411 < 10$ Nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan $0,185$ dan nilai VIF $5,411, 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini dinyatakan bebas dari adanya gejala multikolinearitas dan semua variabel bebas yang dipakai dalam penelitian ini lolos dari gejala multikolinearitas

3) Uji Autokorelasi

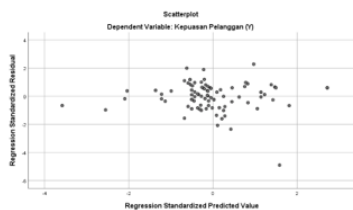
Tabel 4.14
 Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.892 ^a	.795	.790	2,963	1,797

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
 Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai durbin-watson sebesar 1,797 yang berada diantara 1,550 - 2,460

4) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. 4
 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil gambar 4.4 diatas, titik-titik pada grafik Scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian disimpulkan tidak terdapat gangguan heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak untuk dipakai

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.15
 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Model	Coefficient ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1 (Constant)	2.926	1.677			1.744	.085
Kualitas Produk(X1)	.408	.110		.425	3.718	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26,2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel 4.15 di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi $(Y) = 2.926 + 0.408 (X1)$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2.926 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X1) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 2.926 point.

Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0.408 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.408 point.

Tabel 4.16
 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1 (Constant)	2.926	1.677			1.744	.085
Kualitas Pelayanan (X2)	.497	.117		.487	4.259	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26,2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada Tabel 4.16 di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi $(Y) = 2.926 + 0.497 (X2)$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2.926 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 2.926 point.

Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0.497 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya

perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.497 point.

Tabel 4.17
 Uji Regresi Linear Berganda Variabel Kualitas Produk X1 Dan Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.926	1.677			1.744	.085
Kualitas Produk (X1)	.408	.110	.425		3.718	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.497	.117	.487		4.259	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 4.17 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi (Y) $2.926 + 0,408(X1) + 0,497(X2)$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2.926 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Pelanggan (Y) hanya akan bernilai sebesar 2.926 point.

Nilai Kualitas Produk (X1) 0,408 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada Kualitas Pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada Kualitas Produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,408 point.

Nilai Kualitas Pelayanan (X2) 0,497 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada Kualitas Produk (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada Kualitas Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,497 point

e. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.18
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
		Kualitas Produk (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	.864**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.18 di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,864 dimana nilai tersebut berada pada nilai person correlation 0,81- 1,00 artinya kedua variabel yaitu Kualitas Produk (X1) dan

Kepuasan pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan sempurna

Tabel 4.19
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	1	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.19 di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,880 dimana nilai tersebut berada pada 0,81-1,00 artinya kedua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan sempurna

Tabel 4.20
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Variabel Kuaalitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F	df1	df2	Sig. F
1	.889 ^a	.790	.785	2.998	.790	163.886	2	87	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, hasil uji koefisien korelasi secara simultan variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,889 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,81-1,00, sehingga dapat dinyatakan variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki tingkat hubungan Sempurna terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.21
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 ^a	.746	.744	3,277	1,838

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.21 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,746 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Kepuasan

Pelanggan sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi faktor lain

Tabel 4. 22
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,880 ^a	,775	,773	3,086	1,823
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)					

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,775 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kualitas Pelayanan sebesar 77,5% sedangkan sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi faktor lain

Tabel 4. 23
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,892 ^a	,795	,790	2,963	1,797
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)					

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.23 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,795 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 79,5% sedangkan sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 24
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,274	1,732		3,046	,000
	Kualitas Produk	,831	,052	,864	16,097	,000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.24 di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (16,097 > 1.987) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

pada Apotek Raffi Farma Cikatok Lebak Banten

Tabel 4. 25
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,762	1,743		1,585	,117
	KUALITAS PELAYANAN	,914	,052	,880	17,417	,000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pengujian hasil pada tabel 4.25 di peroleh nilai t hitung > t tabel atau (17,417 > 1,987) > Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Raffi Farma cikotok Lebak Banten

Tabel 4. 26
 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2945,795	2	1472,898	163,866	,000 ^b
	Residual	781,994	87	8,988		
	Total	3727,789	89			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)						

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.26 di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (163,866 > 3,101), hal ini juga diperkuat dengan ρ value < Sig. 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Raffi Farma Cikatok Lebak Banten

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Raffi Farma Cikatok Lebak Banten sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
 Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan Regresi $Y = 2.926 + 0.408 (X1)$., nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,864 dimana nilai tersebut berada pada nilai person

correlation 0,81- 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0, 746 maka dapat di simpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 74,6\%) = 25,4\%$ dipengaruhi faktor lain seperti lokasi dan promosi. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(316,097 > 1,661)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $<$ Sig.0,050 atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 1 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Raffi Farma Cikotok Lebak Banten.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan Regresi $Y = 2,926 + 0,497 (X_2)$.., nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,880 dimana nilai tersebut berada pada nilai person correlation 0,81- 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0, 775 maka dapat di simpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 77,5% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 77,5\%) = 22,5\%$ dipengaruhi faktor lain seperti lokasi dan promosi. Uji Hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(17,417 > 1,661)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $<$ Sig.0,050 atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 1 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Raffi Farma Cikotok Lebak Banten.

c. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan $Y = 2,926 + 0,408 (X_1) + 0,497 (X_2)$. Nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,889 dimana nilai tersebut pada interval nilai person correlation 0,81- 1,00 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sempurna.

Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,795 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 79,5% sedangkan sisanya sebesar $(100 - 79,5\%) = 20,5\%$ di pengaruhi variabel lain seperti lokasi dan promosi. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(163,866 > 3,094)$. Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai p value $<$ Sig.0,050 atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 3 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Raffi Farma Cikotok Lebak Banten

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1-14.
- [2] Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan waktu terhadap Kepuasan Kosumen (studi pada konsumen jne kota malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(16).
- [3] Afnina dan Yulia Hastuti urnal samudra ekonomi dan bisnis, vol 9, no 1 januari 2018
- [4] Andri Cahyo Purnomo INOVASI Vol 1 No. 2 Mei (2022) – P-ISSN : 2809-0403 E-ISSN : 2809-0268
- [5] Dai, K. E., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. Productivity, 3(2), 102-106
- [6] DeFritz, P. Q. 2020. PENGARUH E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kimia Farma Official Shop di E-Marketplace Shopee). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Pertamina Jakarta.
- [7] Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. N. Y. M. (2020).
- [8] Febrilia, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap Kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek online grab. JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 10(1), 204-225.

- [9] Hasibuan, Malayu S. P. (2019). *Manajemen: dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- [10] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Cetakan Pertama)*. Unitomo Press. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*
- [11] Laksana. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [12] Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., dan Muhammad Roihan Alhaddad. (2020). Penerapan 7p sebagai strategi pemasaran pendidikan tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*,
- [13] Melisari, M., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan pelanggan Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(05). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1),
- [14] Rofiah (2017) *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 79 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 | Volume 17 Nomor 1(2023) 74-82.
- [15] Sambodo Rio Sasongko (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan lpyalitas pelanggan . (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- [16] Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1)