

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK AS-SYIFA DI KALIWUNGU KENDAL

Natiqotul Fatechah¹, Siti Alfiah²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹natiqotulfatechah11@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ²dosen01670@unpam.ac.id

Abstract

This research aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction, determine price on consumer satisfaction and determine service quality and price on consumer satisfaction who visit the As-syifa Kaliwungu Kendal Pharmacy. The type of research used is quantitative associative. The population in this study were consumers who visited the As-syifa Pharmacy Kaliwungu Kendal from January to December 2022 with a total of 98 samples used using the Slovin method. In collecting data using observation techniques and questionnaires, data analysis methods used SPSS version 26, multiple linear regression analysis, correlation coefficient test, coefficient of determination test, hypothesis testing (t test and f test). The results of the research state that there is a partial influence of service quality on consumer satisfaction with (tcount 15.517 > ttable 1.984 or a sig value of 0.000 and there is a partial influence of price on consumer satisfaction with (tcount 17.337 > ttable 1.984 or a sig value of 0.000 and there is an influence between service quality and price on consumer satisfaction are simultaneous with (fcount 181.954 > Ftable 3.09) with a significant value of 0.000. So the coefficient of determination obtained is 0.793 (79.3%). It can be concluded that service quality is 0.715 which can be interpreted as (Strong), and price quality is 0.758 which can be interpreted as (Strong). In this study, the results of multiple regression were obtained at $Y = 3.787 + 0.366 + 0.655$.

Keywords: Service Quality; Price and Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, mengetahui harga terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang mengunjungi Apotek As-syifa kaliwungu kendal. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Apotek As-syifa kaliwungu kendal dari bulan Januari sampai bulan Desember 2022 dengan jumlah sampel yang digunakan 98 konsumen dengan menggunakan metode slovin. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner metode analisis data menggunakan SPSS versi 26, analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis (Uji t dan Uji f). Hasil penelitian menyatakan bahwa terhadap pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan (thitung 15,517 > t tabel 1,984 atau nilai sig 0,000 dan terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan (t hitung 17,337 > t tabel 1,984 atau nilai sig 0,000 dan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara simutan dengan (fhitung 181,954 > F tabel 3,09) dengan nilai signifikan 0,000. Maka koefisien determinasi diperoleh

sebesar 0,793 (79,3%). Dapat disimpulkan kualitas pelayanan 0,715 yang dapat diartikan (Kuat), dan kualitas harga 0,758 yang dapat diartikan (Kuat). Dalam penelitian ini diperoleh hasil regresi berganda sebesar $Y = 3,787 + 0,366 + 0,655$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Harga dan Kepuasan Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Apotek menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 35 tahun 2014 adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh Apoteker dengan pelayanan langsung dan bertanggung jawab kepada pasien dan berkaitan dengan sediaan farmasi dengan maksud mencapai hasil terapi yang optimal dalam meningkatkan kualitas hidup pasien. Selain sebagai salah satu sarana pelayanan Kesehatan. Apotek juga berperan sebagai perusahaan pengecer (retail) barang farmasi, yang komoditasnya terdiri dari perbekalan farmasi (obat dan bahan obat) dan perbekalan kesehatan, serta sebagai tempat untuk memperoleh informasi kesehatan.

Apotek As-syifa Kaliwungu Kendal berlokasi di Jl. Raya Timur No.178 Kaliwungu Kota Kendal Jawa Tengah 51372. Berdiri pada tahun 2010. Keberadaan Apotek As-syifa Kaliwungu Kendal bukan hanya sebagai penunjang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), akan tetapi diharapkan dapat membantu masyarakat dan tenaga medis di Kabupaten Kendal dalam memenuhi kebutuhan obat maupun perbekalan farmasi lainnya.

Dalam perkembangannya apotek As-syifa, tidak terlepas dari adanya persaingan yang semakin ketat. Ketatnya persaingan tersebut ditandai dengan banyak munculnya apotek-apotek baru di Kendal. Oleh karena itu diperlukan strategi manajemen untuk mengembangkan apotek agar tetap eksis dan berkembang.

Strategi manajemen bukan hanya tentang bagaimana cara mempromosikan suatu produk kepada konsumen namun juga mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar mendapatkan loyalitas konsumen. Memperhatikan kualitas produk dengan harga yang terjangkau juga perlu dimiliki oleh setiap perusahaan sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lain. Pada saat ini terdapat 89 apotek yang terdaftar di Kabupaten Kendal dan kurang lebih terdapat 1820 apotek yang terdaftar di Provinsi Jawa Tengah pada Tahun 2023.

Saat ini diketahui terjadi fluktuasi kepuasan konsumen yang disebabkan oleh pelayanan karyawan Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal yang disampaikan konsumen baik secara lisan maupun melalui kotak saran Apotek As-syifa pada tahun 2019 sampai pada tahun 2021 disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1. 1 a
Jenis dan Jumlah Komplain Konsumen Kepada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal Pada Tahun 2019-2021

No.	Komplain Konsumen	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Kurang ramahnya karyawan saat melayani konsumen	20	15	17
2.	Kenaikan harga obat	30	46	27
3.	Produk tidak tersedia atau stok Habis	32	25	29
4.	Lalai dalam penulisan dosis obat	15	21	13
Jumlah		97	107	86

Sumber : Data Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 52 keluhan atas kurang ramahnya karyawan saat melayani, 103 atas kenaikan Harga Obat, 86 keluhan atas produk tidak tersedia atau stok habis, 49 keluhan atas kelalaian karyawan dalam penulisan dosis obat.

Pada dasarnya posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan apabila pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan maka konsumen akan merasa kurang/tidak puas. Konsumen yang tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya.

Dengan adanya komplain yang diberikan konsumen terhadap pelayanan dan juga harga kepada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal akan memberikan masukan kepada perusahaan agar memperbaiki standar pelayanan juga harga produk yang akan dijual agar dapat bersaing dengan kompetitor namun tetap memberikan produk yg berkualitas kepada konsumen agar menjadi nilai plus bagi perusahaan dimata konsumen. Oleh karena itu Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal

akan terus berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya.

Tabel 1.1 b
 Data Penjualan Apotek Asy-Syifa Kaliwungu Kendal Pada Tahun 2019-2021

Keterangan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Januari – Desember	Rp.367.560.000		
Januari – Desember		Rp.424.890.000	
Januari – Desember			Rp.373.540.000

Sumber : Data Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal

Berdasarkan Tabel diatas menjelaskan bahwa pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami peningkatan yang cukup banyak dengan jumlah Rp. 424.890.000. Dan pada tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan dengan jumlah Rp. 272. 540.000

Tabel 1. 2

Jenis Produk Obat dan Harga Pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal

No.	Produk	Harga		
		Apotek Media Farma	Apotek As-syifa	Apotek Indosehat
1	CDR Jeruk	Rp. 25.434	Rp. 26.500	Rp. 27.000
2	Ketomed Krim	Rp. 34.380	Rp. 33.850	Rp. 35.000
3	Oligocare Box	Rp. 215.631	Rp. 220.000	Rp. 221.500
4	Benzolac 5% Krim	Rp. 25.434	Rp. 26.642	Rp. 26.000
5	Prolacta With Dha For Baby Trip	Rp. 56.396	Rp. 57.543	Rp. 58.750
6	Cal-95 Strip	Rp.39.000	Rp.39.500	Rp. 40.500
7	Seloxoy Box	Rp.143.754	Rp. 145.642	Rp. 147.000
8	Counterpain Krim	Rp.45.000	Rp. 44.500	Rp. 45.750
9	Neurobin Forte Strip	Rp. 39.146	Rp.39.560	Rp. 40.650
10	Canesten 1% Krim	Rp. 24.328	Rp. 24.000	Rp. 25.500
11	Mycoral Crean 5 gr	Rp. 23.700	Rp. 23.000	Rp. 24.300
12	Callusol 50 ml	Rp. 34.900	Rp. 33.900	Rp. 35.200
13	Dactarin Cream 5 gr	Rp. 32.800	Rp. 31.000	Rp. 33.300
14	Parasol SPF 33 Cream 20 gr	Rp. 80.600	Rp. 81.000	Rp. 81.500
15	Actifed Cough Merah 60 ml	Rp. 77. 600	Rp. 77.300	Rp.78.100
16	Sanadryl dmp 120 ml	Rp. 33.700	Rp. 32.900	Rp. 33.900
17	Bisolvon 8 mg Blister 10 tablet	Rp. 29.900	Rp. 30.500	Rp. 32.300
18	OBH lka syrup 200 ml	Rp. 27.300	Rp. 27.500	Rp. 28.200
19	Sanmon syrup 60 ml	Rp. 21.200	Rp. 21.700	Rp. 22.000
20	Tempra grape syrup 60 ml	Rp. 55.500	Rp. 55.000	Rp. 56.300

Sumber : Data Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal 2022

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat perbedaan harga antara Apotek Media Farma, Apotek Indosehat dan Apotek As-Syifa. Yang Dimana harga pada apotek media farma lebih rendah dibandingkan dengan apotek as-syifa dan apotek indosehat.

Tabel 1. 3

Data Konsumen Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal

Tahun	Jumlah Konsumen
2019	7.632
2020	8.385
2021	7.870

Sumber : Data Apotek Asy-Syifa Kaliwungu Kendal 2019-2021

Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan

terhadap kepuasan konsumen, selain itu untuk mengetahui seberapa berpengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Irzaldi Yazid, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek K-21 jl. Gajah Mada Yogyakarta. Vol.9 no.01, PP 305-314. Metode yang digunakan Kuantitatif persamaannya terletak pada variabel Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan dan Populasi penelitian berbeda jurnal tentang Keputusan Pembelian sedangkan penulis Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah konsumen dari Apotek K-24 Gajah Mada. Populasi ini tak terhingga jumlahnya sehingga diperlukan tindakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Apotek K-24 Gajah Mada sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel sebesar 100 mengacu pada teori Cooper dan Emory yang mengasumsikan bahwa populasi adalah tak terbatas. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan teknik purposive sampling dan accidental sampling. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas pelayanan di Apotek K-24 Gajah Mada No 40 Yogyakarta sudah tergolong baik, Harga di Apotek K-24 Gajah Mada No 40 Yogyakarta sudah tergolong baik, Keputusan Pembelian di Apotek K-24 Gajah Mada No 40 Yogyakarta sudah tergolong baik, kualitas pelayanan memiliki hubungan positif, dan variabel kualitas pelayanan dan harga tidak signifikan terhadap variabel keputusan.

Selfia Alke Mega (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Alifa Bandar Lampung. Metode yang digunakan Kuantitatif persamaannya terletak pada variabel Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan dan populasi berbeda Perusahaan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen di Apotek Alifa yang berjumlah 100 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas dan realibilitas dalam penelitian menggunakan SPSS versi 17 berstatus valid dan reliabel. Metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda, Koefisien kolerasi, Koefisien

hitung $13,876 > F_{\text{tabel}} 3,12$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$.

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 $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrumen dikatakan valid. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ 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 Chronbach alpha

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

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

$$R_{yx_1, x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2 \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2x_1x_2} \sqrt{1 - r^2yx_2}}$$

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:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 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 (a) 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. 7

Hasil Uji Valisitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X1)

No	R Hitung	R Tabel	Ket
X1-KP1	0,837	0,1671	Valid
X1-KP2	0,784	0,1671	Valid
X1-KP3	0,740	0,1671	Valid
X1-KP4	0,718	0,1671	Valid
X1-KP5	0,713	0,1671	Valid
X1-KP6	0,707	0,1671	Valid
X1-KP7	0,707	0,1671	Valid
X1-KP8	0,817	0,1671	Valid
X1-KP9	0,802	0,1671	Valid
X1-KP10	0,811	0,1671	Valid

Sumber : Pengolah Data, 2023

Melihat hasil validitas instrumen Kualitas Pelayanan (X1) yang terdapat 10 (sepuluh) instrumen pernyataan menunjukkan bahwa, semua butir pernyataan pada variable pelatihan dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai rhitung > rtabel, (N-2) = 98-2 = 96 yaitu 0,1671 dengan demikian layak diteruskan sebagai penelitian.

Tabel 4. 8

Hasil Uji Valisitas Instrumen Harga (X2)

No	R Hitung	R Tabel	Ket
X1-H1	0,776	0,1671	Valid
X1-H2	0,786	0,1671	Valid
X1-H3	0,819	0,1671	Valid
X1-H4	0,821	0,1671	Valid
X1-H5	0,762	0,1671	Valid
X1-H6	0,759	0,1671	Valid
X1-H7	0,827	0,1671	Valid
X1-H8	0,762	0,1671	Valid

Sumber : Pengolah Data, 2023

Melihat hasil validitas instrumen Harga (X2) yang terdapat 8 (delapan) instrumen pernyataan menunjukkan bahwa, semua butir pernyataan pada variable pelatihan dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai rhitung > rtabel, (N-2) = 98-2 = 96 yaitu 0,1671 dengan demikian layak diteruskan sebagai penelitian.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Valisitas Instrumen Kepuasan Konsumen (Y)

No	R Hitung	R Tabel	Ket
X1-KK1	0,670	0,1671	Valid
X1-KK2	0,821	0,1671	Valid
X1-KK3	0,810	0,1671	Valid
X1-KK4	0,794	0,1671	Valid
X1-KK5	0,779	0,1671	Valid
X1-KK6	0,791	0,1671	Valid
X1-KK7	0,815	0,1671	Valid
X1-KK8	0,728	0,1671	Valid
X1-KK9	0,748	0,1671	Valid
X1-KK10	0,753	0,1671	Valid

Sumber : Pengolah Data, 2023

Melihat hasil validitas instrument Kepuasan Konsumen (Y) yang terdapat 10 (sepuluh) instrumen pernyataan menunjukkan bahwa, semua butir pernyataan pada variable pelatihan dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel, $(N-2) = 98-2 = 96$ yaitu 0,1671 dengan demikian layak diteruskan sebagai penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 10

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	10

Sumber : Output SPSS 26 yang diolah (2023)

Melihat dari table 4.12 diatas menunjukkan bahwa, instrumen variable Kualitas Pelayanan (X1) yang terdiri dari 10 (sepuluh) pernyataan menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha $0,920 > 0,60$ maka instrument dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan handal dan tetap konsisten sebalai alat pengumpul data.

Tabel 4. 11

Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	8

Sumber : Pengolah Data SPSS 26 (2023)

Melihat dari table 4.13 diatas menunjukkan bahwa, instrument variable Harga (X2) yang terdiri dari 10 (sepuluh) pernyataan menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha $0,914 > 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan handal dan tetap konsisten sebalai alat pengumpul data.

Tabel 4. 12

Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	10

Sumber : Output SPSS 26 yang diolah (2023)

Melihat dari table 4.14 diatas menunjukkan bahwa, instrumen variable Kepuasan Konsumen (Y) yang terdiri dari 10 (sepuluh) pernyataan menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha $0,920 > 0,60$ maka instrument dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan handal dan tetap konsisten sebagai alat pengumpul data.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. 13

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.67068808
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.063
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan table diatas dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,073 sehingga lebih besar dari 0,01 atau $0,073 > 0,01$, Maka pada Penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14

Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.256	3.900
	Harga	.256	3.900

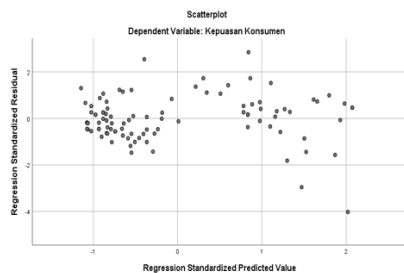
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Dari data table di atas maka diperoleh nilai :

Tolerance Value Kualitas Pelayanan 0,256 > 0,10 dan VIF Kealitas Pelayanan 3,900 < 10,0 dan Tolerance Value Harga 0,256 > 0,10 dan VIF Harga 3,900 < 10,0 Maka bebas dari adanya multikolineritas dan semua variable bebas yang dipakai dalam penelitian ini lolos gejala multikolineritas.

3) Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Gambar 4. 3

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 4.3 Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskidastisitas pada model regresi ini.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 16

Hasil Output SPSS Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 ^a	.793	.789	3.709	1.867

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber : Output SPSS yang di olah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai durbin- watson sebesar 1.867 yang berada diantara 1,550 – 2,460. Sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4. 17

Hasil Output Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X1)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.469	1.852		2.953	.004
	Kualitas Pelayanan	.837	.054	.846	15.517	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber : Output SPSS yang di olah (2023)

Melihat tabel Coefficientsa di atas diketahui persamaan regresi sederhana $Y = a + bx$ adalah $Y = 5.469 + 0,837X1$.

Tabel 4. 18

Hasil Output Regresi Linier Sederhana Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.948	1.634		3.640	.000
	Harga	1.033	.060	.871	17.337	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Output Data SPSS yang di olah (2023)

Melihat tabel Coefficients di atas diketahui persamaan regresi sederhana $Y = a + bx$ adalah $Y = 5,948 + 1,033X2$

Tabel 4. 19

Hasil Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.787	1.611		2.350	.021
	Kualitas Pelayanan	.366	.091	.370	4.012	.000
	Harga	.655	.109	.552	5.985	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Output SPSS yang di olah (2023)

Melihat tabel Coefficientsa di atas diketahui persamaan regresi berganda $Y = a + b1X1 + b2X2 + e$ adalah $Y = 3,787 + 0,366X1 + 0,655X2 + e$

e. Uji Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4. 21

Hasil output Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation		1	.846**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N		98	98
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.846**		1
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	98		98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber : Output SPSS 26 yang diolah (2023)

Koefisien korelasi R sebesar 0,846 berada pada interval 0,80 – 1,000 dengan tingkat hubungan kuat, artinya Kualitas Pelayanan (X1) memiliki hubungan sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. 22

Hasil output Koefisien Korelasi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations				Kepuasan Konsumen	Harga
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation			1	.871**
	Sig. (2-tailed)				.000
	N			98	98
Harga	Pearson Correlation	.871**			1
	Sig. (2-tailed)	.000			
	N	98			98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber : Output SPSS 26 yang diolah (2023)

Koefisien korelasi R sebesar 0,871 berada pada interval 0,80 – 1,000 dengan tingkat hubungan

kuat, artinya Harga (X2) memiliki hubungan sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. 23

Hasil output Koefisien Korelasi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.793	.789	3.709

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Koefisien korelasi R sebesar 0,890 berada pada interval 0,80 – 1,000 dengan tingkat hubungan kuat, artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki hubungan sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 24

Hasil Outout Koefisien Determinasi Kulit Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.715	.712	4.330

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
 Sumber: Output SPSS 26 yang di olah 2023

Koefisien determinasi R Square sebesar 0,715 menyatakan bahwa, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki kontribusi sebesar 71,5% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan sisanya 28,5 % dipengaruhi faktor lain diluar model yang di teliti.

Tabel 4. 25

Hasil Outout Koefisien Determinasi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	.758	.755	3.990

a. Predictors: (Constant), Harga
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Koefisien determinasi R Square sebesar 0,758 menyatakan bahwa, variabel Harga(X2) memiliki kontribusi sebesar 75,8% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan sisanya 24,2 % dipengaruhi faktor lain diluar model yang di teliti

Tabel 4. 26

Hasil Outout Koefisien Determinasi Kulit Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.793	.789	3.709

Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Koefisien determinasi R Square sebesar 0,793 menyatakan bahwa, variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki kontribusi sebesar 79,3% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan sisanya 20,7 % dipengaruhi faktor lain diluar model yang di teliti

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 27

Hasil Output Hipotesis Parsial Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.469	1.852		2.953	.004
	Kualitas Pelayanan	.837	.054	.846	15.517	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Melihat tabel Coefficientsa di atas dapat disimpulkan bahwa, nilai thitung 15,517 > tabel 1,984 atau nilai sig 0,000 < 0,05 maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima maka dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.

Tabel 4. 28

Hasil Output Hipotesis Parsial Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.948	1.634		3.640	.000
	Harga	1.033	.060	.871	17.337	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Melihat tabel Coefficientsa di atas dapat disimpulkan bahwa, nilai thitung 17,337 > tabel 1,984 atau nilai sig 0,000 < 0,05 maka Ho2 ditolak dan Ha1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.

Tabel 4. 29

Hasil Output Uji Hipotesis Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5006.506	2	2503.253	181.954	.000 ^b
	Residual	1306.973	85	13.758		
	Total	6313.480	87			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
 Sumber : Output SPSS 26 yang di olah (2023)

Melihat tabel ANOVA di atas dapat disimpulkan bahwa, nilai Fhitung 181,954 > Ftabel 3,09 atau nilai sig 0,000 < 0,05 maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil persamaan regresi Linear sederhana $Y = a + bx$ adalah $Y = 5.469 + 0,837X1$. Persamaan ini menunjukan terdapat arah pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan Konsumen (Y). Koefisien determinasi menunjukan R square 0,715 diartikan Kualitas Pelayanan (X1) memberikan kontribusi pengaruh 7,15 % terhadap kepuasan konsumen (Y) dan sisanya 28,5 % dipengaruhi faktor lain. Hasil Uji Hipotesis secara parsial menunjukkan nilai t hitung $15,517 > t$ tabel 1,984 atau nilai sig $0,000 < 0,5$ maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima maka dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.
- b. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil persamaan regresi Linear sederhana $Y = a + bx$ adalah $Y = 5.948 + 1,033X1$. Persamaan ini menunjukan terdapat arah pengaruh yang positif antara Harga (X2) terhadap kepuasan Konsumen (Y). Koefisien determinasi menunjukan R square 0,758 diartikan Harga (X2) memberikan kontribusi pengaruh 7,58 % terhadap kepuasan konsumen (Y) dan sisanya 24,2 % dipengaruhi faktor lain.
- c. Hasil Uji Hipotesis secara parsial menunjukkan nilai t hitung $17,337 > t$ tabel 1,984 atau nilai sig $0,000 < 0,5$ maka Ho2

ditolak dan Ha2 diterima maka dapat disimpulkan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.

- d. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil persamaan regresi Linear berganda $Y = 3.787 + 0,366X1 + 0,655X2$. Persamaan ini menunjukan terdapat arah pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan Konsumen (Y). Koefisien determinasi menunjukan R square 0,793 diartikan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memberikan kontribusi pengaruh 7,93% terhadap kepuasan konsumen (Y) dan sisanya 20,7 % dipengaruhi faktor lain.
- e. Hasil Uji Hipotesis secara parsial menunjukkan nilai t hitung $15,517 > t$ tabel 1,984 atau nilai sig $0,000 < 0,5$ maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima maka dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Apotek As-Syifa Kaliwungu Kendal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aaker, A, 2015. "Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek". Edisi Pertama. Mitra Utama, Jakarta.
- [2] Algifari, 2015, "Analisis Regresi", Yogyakarta, 2010. Angipora Marius P. "Dasar-Dasar Pemasaran", PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016.
- [3] Arikunto, Suharsimi, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2016.
- [4] Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211-224.
- [5] Chriestiana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna GRAB di Kota YOGYAKARTA (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

- [6] David W. Craven "Strategic Marketing", McGraw Hill International, 2016. Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2017. "Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen". Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- [7] Ekawati, F. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMPIT. *JURNAL ISEMA : Islamic education Management*, 3 (2), 118-139.
- [8] Ekawati, F. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMPIT. *Jurnal ISEMA: Islamic Educational Management*, 3(2), 118-139.
- [9] Fikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. POS Inonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 923-926.
- [10] Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- [11] G.R. Terry, & Rue, Leslie W. Rue, "Dasardasar Manajemen", Bumi Aksara, Jakarta 2017.
- [12] Ghozali, Imam, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS", Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2015. Griffin, Jill. 2017. "Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It". Simon and Chuster. Inc. New York.
- [13] Gunawan, G., Noviawati, N., Nupusiah, U., Saputra, Y., & Hidayat, Y. (2022). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Mengembangkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(13), 149-155.
- [14] Gunawan, G., Noviawati, N., Nupusiah, U., Saputra, Y., & Hidayat, Y. (2022). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Mengembangkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(13), 149-155.
- [15] Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 340-351.
- [16] Hasan, Ali. 2016. "Marketing". Media Utama., Yogyakarta. Hurriyati, Ratih, "Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen", CV. Alfabetha, Bandung, 2016.