

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOTEK SEKATA DI KARAWACI KOTA TANGERANG SELATAN

Ferdi Alpianto<sup>1</sup>, Masran Mustakim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>alpiantoferd@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01037@unpam.ac.id

### Abstract

*The purpose of this research is to find out whether there is an effect of product quality and price either partially or simultaneously on Customer Satisfaction on karawaci pharmacy sekata. This type of research uses an associative quantitative approach in collecting the sample using the Simple random sampling technique. This research was conducted on consumers who had made purchases at pharmacy sekata. The sampling technique used the slovin formula and obtained a sample of 98 respondents. Based on the partial results of the study (t test) it was concluded that product quality has a significant effect on Customer Satisfaction by obtaining t count > t table or (4.305 > 1.984). While partially the price has a significant effect on purchasing decisions with the obtained value of t count > t table or (4.439 > 1.984). Based on the simultaneous regression test (F test) the product quality variables (X1) and price (X2) have a significant effect on Customer Satisfaction (Y) by obtaining F count > F table or (76,557 > 2,310), this is also reinforced by  $\rho$  alue < Sig. 0.050 or (0.000 < 0.050).*

*Keywords: Product Quality; Price and Customer Satisfaction*

### Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya pengaruh kualitas produk dan harga baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek sekata di karawaci. Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dalam mengumpulkan sampelnya menggunakan teknik Simple random sampling. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di apotek sekata. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial (Uji t) disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,034 > 1,984). Sedangkan secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,923 > 1,984). Berdasarkan uji regresi secara simultan (Uji F) dihasilkan variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (76,557 > 2,310), hal ini juga diperkuat dengan  $\rho$  alue < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050).

Kata kunci: Kualitas Produk; Harga dan Kepuasan Pelanggan

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang perkembangan teknologi sudah sangat pesat. Salah satunya perkembangan teknologi komputerisasi. Dalam perkembangan teknologi komputerisasi pemanfaatannya dalam pengelolaan dan manajemen data sangat diperlukan. Karena kelebihan teknologi komputerisasi ini adalah bisa menghasilkan informasi secara tepat dan akurat. Perkembangan teknologi komputerisasi telah berkembang di dunia kesehatan. Contohnya teknologi komputerisasi yang ada pada apotek-apotek. Apotek adalah suatu tempat tertentu dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran sediaan farmasi, persediaan kesehatan lainnya kepada masyarakat, berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan No.1027/MenKes/SK/IX/2004 tentang Pelayanan Kefarmasian di Apotek.

Apotek Sekata memiliki Visi menjadikan Apotek Sekata sebagai menjadikan pelayanan kesehatan untuk seluruh masyarakat. Apotek yang ada di lingkungan Kota Tangerang selatan dalam pengolahan data obat, pengecekan persediaan obat dan transaksi penjualannya masih menggunakan cara yang manual dengan cara sistem lama. Khususnya belum menggunakan komputerisasi dalam kesehariannya. Maka dari itu diperlukan sebuah aplikasi yang bisa mendukung pengolahan data obat sehingga dapat mempermudah Staff apotek dalam pengolahan data obat. merancang dan membangun Aplikasi Penjualan dan Persediaan Obat berdasarkan teknologi informasi yang bermanfaat bagi Apotek Sekata.

Kemajuan ilmu dan teknologi mendorong masyarakat untuk memperhatikan derajat kesehatan demi menaikkan kualitas hidupnya. Oleh karena itu tersedianya pelayanan kesehatan bagi masyarakat menjadi hal yang harus mendapat perhatian dari pemerintah sebagai salah satu upaya dalam pembangunan di bidang kesehatan. Apotek adalah tempat usaha yang menyediakan obat-obatan. (Kotler, 2018) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat pada bidang kefarmasian apotek perlu memiliki strategi bersaing yang efektif. Meliputi

tindakan menciptakan posisi yang aman dalam persaingan. Strategi bersaing bertujuan untuk membina posisi yang menguntungkan dan stabil dalam melawan kekuatan lawan, atau dengan kata lain strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam industri dimana persaingan berlangsung (Porter 2018).

Ada banyak strategi yang dilakukan apotek untuk menciptakan kepuasan konsumen antara lain harga yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan perumahan warga dan memiliki kualitas pelayanan yang nyaman, baik dan harus memiliki apoteker. Disini ada hubungan yang erat antara harga, lokasi dan kualitas layanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang maksimal. Apoteker yang berkompeten, dimana apoteker sebagai bagian dari tenaga kesehatan mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam mewujudkan pelayanan kefarmasian yang berkualitas. Layanan kefarmasian selain menjadi tuntutan profesionalisme juga dapat dilihat sebagai faktor yang menarik minat konsumen terhadap pembelian obat di apotek sekata.

Bukan hanya pelayanan saja yang perlu diperhatikan untuk menarik minat konsumen untuk membeli obat-obatan di apotek tersebut, namun pemberian harga dan lokasi yang strategis juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli obat tersebut. Harga yang terjangkau dan pas dikantong konsumen juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri, dengan begitu konsumen akan kembali lagi jika harga yang diberikan apotek dirasa cocok dengan kemampuan atau daya beli. Faktor lokasi tidak kalah penting diperhatikan dalam membangun sebuah usaha farmasi atau apotek. lokasi yang strategis atau dapat dijangkau konsumen dapat dengan mudah menarik minat beli konsumen.

layanan kesehatan yang diberikan di apotek. Pelayanan tersebut dapat berupa interaksi dengan pelayanan medis, pasien, atau sistem pelayanan kesehatan secara keseluruhan baik itu dari administrasi, keuangan, serta tenaga kesehatan. Kepuasan menggunakan jasa apotek merupakan sikap dari konsumen dalam menentukan arah dan tujuan akhir dalam proses memahami pemakaian obat secara tepat atau pembelian suatu produk obat.

Salah Satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan dan harga jasa yang ditawarkan apotek

sekata dimana kedua faktor tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap dibandingkan dengan kompetitor jasa yang diberikan. Dalam hal ini untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1

Grafik Batang Penjualan Pada Apotek Sekata 2021-2023



Sumber: Apotek Sekata

Dilihat dari Data diatas pada penjualan di apotek sekata mengalami kenaikan dan penurunan yg signifikan, mengalami kenaikan di tahun 2021 dan 2022 dikarenakan pada saat tahun itu sedang terjadinya wabah COVID-19 dan minat pembelian di apotek sangat tinggi dan di tahun 2023 sudah mulai turun lagi dikarenakan wabah COVID-19 sudah mulai mengurang.

Tabel 1.2

Data Penjualan pada Apotek Sekata di Karawaci 2022

Bulan	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Januari	Rp. 96.001.000	Rp. 95.123.000	Rp. 87.077.000
Februari	Rp. 93.332.000	Rp. 97.454.000	Rp. 85.102.000
Maret	Rp. 90.203.000	Rp. 99.657.000	Rp. 91.922.000
April	Rp. 97.800.000	Rp. 100.149.000	Rp. 89.950.000
Mei	Rp. 91.322.000	Rp. 95.492.000	Rp. 93.228.000
Juni	Rp. 91.800.000	Rp. 94.761.000	Rp. 90.145.000
Juli	Rp. 97.120.000	Rp. 92.047.000	Rp. 92.200.000
Agustus	Rp. 90.485.000	Rp. 91.576.000	Rp. 84.920.000
September	Rp. 89.825.000	Rp. 95.609.000	Rp. 93.231.000
Oktober	Rp. 94.020.000	Rp. 97.690.000	Rp. 88.020.000
November	Rp. 91.764.000	Rp. 94.633.000	Rp. 90.110.000
Desember	Rp. 965.886.000	Rp. 99.150.000	Rp. 87.080.000
Total	Rp.1.119.558.000	Rp. 1.153.341.000	Rp. 1.072.985.000
<b>Tahun</b>	<b>Total Penjualan</b>		
2021	Rp.1.119.558.000		
2022	Rp. 1.153.341.000		
2023	Rp. 1.072.985.000		
<b>Target 1 tahun Rp. 1.200.000.000</b>			
<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Tercapai</b>	<b>Presentase</b>
2021	Rp. 1.200.000.000	Rp. 1.119.558.000	99%
2022	Rp. 1.200.000.000	Rp. 1.153.341.000	96%
2023	Rp. 1.200.000.000	Rp. 1.072.985.000	89%

Sumber : Apotek Sekata

Berdasarkan tabel 1.1 data penjualan satu tahun terakhir di Apotek Sekata Karawaci. Pada bulan Januari 2022 total penjualannya Rp. 95.123.000 dan bulan Febuari 2022 menunjukan total penjualannya Rp. 97.454.000 lebih besar dari penjualan sebelumnya dari penjualan Maret 2022 menunjukan total penjualannya Rp. 99.657.00 lebih besar dari penjualan sebelumnya dan bulan April 2022 menunjukan total Rp. 100.149.00 lebih besar dari penjualan bulan sebelumnya dan bulan Mei 2022 menunjukan total Rp. 95.492.000 lebih kecil dari penjualan bulan sebelumnya dan Juni 2022 menunjukan total Rp. 94.761.000 lebih kecil dari penjualan bulan sebelumnya dan bulan juli 2022 menunjukan total Rp. 92.047.000 lebih kecil dari penjualan bulan sebelumnya dan bulan Agustus 2022 menunjukan total Rp. 91.576.000 lebih kecil dari penjualan bulan sebelumnya dan September 2022 menunjukan total Rp. 95.609.000 lebih besar dari penjualan bulan sebelumnya dan bulan Oktober 2022 menunjukan total Rp. 97.690.000 lebih besar dari penjualan bulan sebelumnya dan bulan November 2022 menunjukan total Rp. 94.633.000 lebih kecil dari penjualan bulan sebelumnya bulan Desember 2022 menunjukan lebih besar dari penjualan bulan sebelumnya total Rp. 99.150.000 dan total penjualannya tahun 2022 Rp. 1.153.341.000.

Berdasarkan data diatas menunjukan kurun waktu 1 tahun penjualan dan sudah mencapai target penjualan sebesar Rp.1.153.341.000 dan jika di presentasikan bernilai 96% dari target penjualan.

Tabel 1.3

Data Pra survei kepuasan pelanggan

NO	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Peserta
		ya	tidak	
1	Pelanggan akan membeli lagi produk yang ada di apotek sekata	27	3	30
2	pelanggan memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk membeli di apotek sekata	25	5	30
3	pelanggan akan membeli produk yang sama terus menerus di apotek sekata	20	10	30

Sumber: Ditinjau Oleh Penulis

Data hasil pra-survey diatasmenunjukan bahwa pelanggan akan membeli lagi produk yang ada di apotek sekata karawaci yang setuju 27 orang dan yang tidak setuju 3 orang dan pelanggan memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk membeli di apotek sekata yang setuju 25 orang dan yang tidak setuju 5 orang dan pelanggan akan membeli produk yang sama terus menerus di apotek sekata yang setuju 20 orang dan yang tidak

setuju 10 orang berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa mendapatkan respon positif.

Kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana sebuah bisnis atau penyedia jasa mampu memenuhi dan bahkan melebihi ekspektasi pelanggan dalam hal layanan yang diberikan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sangat erat. Kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu faktor kunci yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Bisnis yang memahami pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar. Untuk mengetahui sejauh mana tanggapan pelanggan Apotek sekata terhadap kualitas pelayanan yang diberikan maka peneliti melakukan pra penelitian terhadap sebagian pelanggan tetap apotek sekata.

Tabel 1.4  
 Data pra survei Kualitas Produk

no	pernyataan	jawaban		jumlah peserta
		ya	tidak	
1	Apotek sekata memiliki kualitas yang baik (Kinerja)	27	3	30
2	Produk lebih lengkap dengan pesaing lain (Keistimewaan Tambahan)	25	5	30
3	Kesesuaian barang sesuai dengan yang ditawarkan (Kesesuaian Spesifikasi)	26	4	30

Sumber : Diolah Oleh Penulis

Data hasil pra-survei diatas menunjukkan dari karyawan apotek sekata melayani dengan baik yang setuju 27 orang dan tidak setuju 3 orang dan kasir apotek sekata memberi struk transaksi secara akurat yang setuju 25 orang dan tidak setuju 5 orang dan karyawan apotek sekata memberikan informasi tentang produk yang ada di apotek sekata yang setuju 26 orang dan tidak setuju 4 orang berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa mendapatkan respon positif.

Harga yang diberikan apotek sekata ini relatif terjangkau dan juga beraneka ragam sesuai dengan produk yang dipilih, untuk obat ini mulai dari Harga obat termurah dan obat termahal adalah unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel di mana setiap saat dapat berubah berdasarkan waktu dan tempat. Harga bukan hanya angka atau nominal yang tertera dilabel suatu kemasan, akan tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan memiliki banyak fungsi di antaranya, ongkos, upah, tarif, sewa tempat, pembayaran jasa, dan gaji. Semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa. Menurut Kotler dan

Keller (2014:67), "Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu".

Tabel 1.5  
 Daftar Harga Produk Pada Apotek Sekata

No	Produk	Harga
1	minyak kayu putih 60 ml	21000
2	tolak angin 1 box	40000
3	woods 60 ml	22000
4	sanmol sirup 120mg/5ml	20000
5	voltadex	4000
6	paramex	8000
7	promag	8000
8	herocyn 150 g	19000
9	panadol merah	12000
10	hot in cream aromatherapy 60 ml	17000

Sumber : Apotek Sekata Karawaci

Tabel 1.6 Daftar Harga Produk Pada K24

No	Produk	Harga
1	minyak kayu putih 60 ml	22654
2	tolak angin 1 box	42099
3	woods 60 ml	23336
4	sanmol sirup 120mg/5ml	21938
5	Voltadex	6370
6	paramex	2822
7	promag	8974
8	herocyn 150 g	22565
9	panadol merah	13161
10	hot in cream aromatherapy 60 ml	17154

Sumber : <https://www.k24klik.com/>

Tabel 1.7 Daftar Harga Pada Kimia Farma

No	Produk	Harga
1	minyak kayu putih 60 ml	30625
2	tolak angin 1 box	52.068
3	woods 60 ml	22680
4	sanmol sirup 120mg/5ml	20779
5	voltadex	27306
6	paramex	2768
7	promag	9010
8	herocyn 150 g	-
9	panadol merah	16720
10	hot in cream aromatherapy 60 ml	20140

Sumber : <https://iprice.co.id/kimia-farma/>

Tabel 1.7 Daftar Pra Survei Harga

NO	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Peserta
		ya	tidak	
1	Harga sesuai dengan prooduk yang diinginkan	27	3	30
2	Kesesuaian harga dengan manfaatnya	25	5	30
3	Harga bersaing dengan kompetitor lain	27	3	30

Sumber : Diolah Oleh Penulis

Data hasil pra-survei diatas menunjukkan harga yang diberikan apotek sekata terjangkau 27 orang yang setuju dan 3 orang yang tidak setuju dan kesesuaian harga dan kualitas produk di apotek sekata yang setuju 25 orang dan yang tidak setuju 5 orang dan kesesuaian harga dan kualitas produ pelayanan di apotek sekata yang setuju 27 orang

dan yang tidak setuju 3 orang berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa mendapat respon positif

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Eva Agustina, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Nana Triapnita Nainggolan, Jurnal Manajemen, ISSN : 2502-4434 Vol. 5, No. 1, JUNI 2019 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan aneka jaya pematangsiantar a.

Untuk mengetahui gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas produk sudah baik, pelanggan setuju atas harga dan kepuasan pelanggan sudah puas. 2. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. 3. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan harga Terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. 4. Hipotesis H0 ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto. Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1658 – 1667, ISSN 2303-1174. Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pt. air manado Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado (2) kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; (3) harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; dan (4) kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang

tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

Aldi An Nurfalah, Surti Zahra, Mohamad Bayi Tabrani, Vol. 13, No. 02, Agustus, 2020, ISSN : 2721-7213. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi mustafa85 pandeglang banten(studi kasus kedai kopi mustafa85 di pandeglang banten) Tujuan penelitian ini adalah : (1). Untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (2). Untuk mengetahui adakah pengaruh antara harga terhadap keuasan konsumen, (3). Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen kedai kopi Mustafa85 Pandeglang Banten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung < ttabel ( $-711 < 1.98726$ ) dan nilai sig.  $0,479 > 0,05$ . Secara parsial harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung > ttabel ( $6,057 > 1.98726$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hasil perhitungan uji F menunjukkan Fhitung > Ftabel ( $18,880 > 3,10$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif, Vol. 3, No. 2, 2020, ISSN: 2655-853. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh”kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kabalu”Palembang. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Omega Putri Warere dan Yunita Mandagie, Vol.10 No.1 Janauri 2022, Hal. 1014-1022, ISSN 2303-1174. Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu indosat ooredoo di desa kaneyan kecamatan tareran Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian

ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 272 responden dan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 20,238 lebih besar dari F tabel 3,02, yang berarti secara simultan terdapat pengaruh pada kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu Indosat. Secara parsial terlihat bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu variabel kualitas produk (X1) sebesar 2,144 lebih besar dari T tabel sebesar 1,968 dan harga (X2) sebesar 5,328 lebih besar dari nilai T tabel 1,968.

Raissa Aprita Nur Maharani dan Iskandar Ali Alam, VOLUME 1 NO.4 (MARET 2022) hal 235-242, ISSN 2809-8544. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen selama pandemi covid-19 pada kebab salahuddin Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dari kualitas produk terdapa kepuasan pembeli Kebab Salahuddin Bandar Lampung di Masa Pandemi Covid-19. Populasi dari riset ini adalah konsumen Kebab Salahuddin, dengan rumus Lemeshow diketahui sampel dalam penelitian sebesar 100 orang. hasil penelitian didapati bahwasannya Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya. Diharapkan dengan terdapatnya riset ini Kebab Salahuddin bisa menjaga menjaga kestabilan kualitas produk dan Harga yang baik bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin di Bandar Lampung.

Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S. Rumokoy, Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 891 – 900, ISSN 2303-1174 Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan raja oci manado Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dilaksanakan di Rumah Makan Raja Oci Manado pada bulan Juli -November 2018. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap

kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado. Rumah Makan Raja Oci sebaiknya tetap mempertahankan semua kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang ada agar dapat selalu diterima dikalangan masyarakat dan bisa saling menguntungkan bagi pihak rumah makan.

Yumelin Adelina Sinaga, Feb Amni Hayati, Uswatun Chasanah, P-ISSN : 2655-9811, E-ISSN : 2656-1964, Vol 13.No. 1 Februari 2021, 55-61 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rich Perfumery ITC Kuningan. Populasi yang didapat dari data penelitian konsumen yang berbelanja di Rich Perfumery ITC Kuningan tidak diketahui jumlahnya hingga menggunakan teknik sampel jenuh dengan jumlah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan hipotesis.

### 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 chronbach alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i}{\sum St}\right)$$

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

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

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  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti variabel

independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  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 ( $\alpha$ ) 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 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel	Item Pernyataan	Perason Korelasi	r Tabel	Ket.
Kualitas Produk (X1)	1	0,590	0,196	Valid
	2	0,665	0,196	Valid
	3	0,641	0,196	Valid
	4	0,516	0,196	Valid
	5	0,803	0,196	Valid
	6	0,765	0,196	Valid
	7	0,803	0,196	Valid
	8	0,762	0,196	Valid

Sumber: Hasil Output Prorgram SPSS versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Variabel	Item Pernyataan	Perason Korelasi	r Tabel	Ket.
Harga (X2)	1	0,766	0,196	Valid
	2	0,705	0,196	Valid
	3	0,796	0,196	Valid
	4	0,574	0,196	Valid
	5	0,767	0,196	Valid
	6	0,699	0,196	Valid
	7	0,797	0,196	Valid
	8	0,613	0,196	Valid

Sumber: Hasil Output Prorgram SPSS versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel Harga (X2) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item Pernyataan	Perason Korelasi	r Tabel	Ket.
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,762	0,196	Valid
	2	0,756	0,196	Valid
	3	0,662	0,196	Valid
	4	0,627	0,196	Valid
	5	0,564	0,196	Valid
	6	0,587	0,196	Valid

Sumber: Hasil Output Prorgram SPSS versi 26

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

##### b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Standar Cronbach's Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	,847	8	,600	Reliabel
Harga (X2)	,861	8	,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,741	6	,600	Reliabel

Sumber: Hasil Output Prorgram SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian reliabilitas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,600.

##### c. Uji Asumsi Klasik

###### 1) Uji Normalitas

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60341134
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,044
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>a</sup>

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi  $0,200 > 0,050$ ). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,687	1,100			2,442	,016		
Kualitas Produk (X1)	,438	,083	,589	5,269	,000	,320	3,126	
Harga (X2)	,167	,084	,222	1,987	,050	,320	3,126	

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai tolerance variabel Kualitas Produk sebesar 0,320 dan Harga sebesar 0,320 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Kualitas Produk sebesar 3,126 dan variabel Harga sebesar 3,126 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,449	,592			4,137	,000
Kualitas Produk (X1)	,055	,045	,217	1,225	,223	
Harga (X2)	,067	,045	,264	1,485	,141	

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,223 dan Harga (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,141 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$ . Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,706 <sup>a</sup>	,498	,487	2,11676	1,864

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1.864 yang berada diantara interval 1,550 - 2,460

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,687	1,100			2,442	,016
	Kualitas Produk (X1)	,438	,083	,589	5,269	,000	,000
	Harga (X2)	,167	,084	,222	2,987	,000	,000

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 2,687 + 0,438 X_1 + 0,167 X_2$

e. Uji Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,772 <sup>a</sup>	,596	,592	2,66938

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai Pearson Correlation antara Kualitas Produk (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0.772, dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600-0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.21 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 <sup>a</sup>	,501	,496	2,96755

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai Pearson Correlation antara Harga (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0.708, dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600-0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782 <sup>a</sup>	,612	,604	2,63011

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,782 dimana nilai

tersebut berada pada interval 0,600-1,799 artinya variabel kualitas produk dan harga mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.23 Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.596	.592	2.66938

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,596 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 59,6% sedangkan sisanya sebesar (100-59,6%) = 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.496	2.96755

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,501 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 50,1% sedangkan sisanya sebesar (100- 50,1%) = 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.604	2.63011

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,612 dengan rumus  $KD = 0.612 \times 100\%$  sama dengan 61,2% maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 61,2% sedangkan sisanya sebesar (100- 61,2%) = 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4.28 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,249	0,596		4,137	,000
	Kualitas Produk (X1)	,055	,045	,217	1,125	,223
	Harga (X2)	,067	,045	,264	1,485	,141

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Nilai t tabel 1,984 di dapatkan dengan cara melihat t tabel dengan ketentuan n-k (100- 2 = 98) dan nilai signifikansi < 0.05 secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.

Tabel 4.27 Hasil Uji **Sumultan f**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1059,163	2	529,281	76,557	,000 <sup>a</sup>
	Residual	670,997	99	6,917		
	Total	1730,160	99			

Sumber: Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (76,557 > 2,310), hal ini juga diperkuat dengan  $\rho$  alue < Sig.0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ha3 diterima dan H03 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Apotek Sekata.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Apotek Sekata di Karawaci maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen pada Apotek Sekata di Karawaci, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi. Uji hipotesis diperoleh nilai positif t hitung > t tabel atau (4,305 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan Konsumen pada Apotek Sekat di Karawaci.
- Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Apotek Sekata di Karawaci , hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,198 + 0,531 X_2$ ,

koefisien korelasi sebesar 0,531 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,400 atau 40% sedangkan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(4,439 > 1,984)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan pelanggan pada Apotek Sekata di Karawaci.

- c. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada apotek sekata di karawaci, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi  $Y = 2,687 + 0,438 X_1 + 0,167 X_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,438 artinya variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) mempunyai tingkat hubungan yang Kuat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,612 dengan rumus  $KD = 0,612 \times 100\%$  sama dengan 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(76,557 > 2,310)$ , hal ini juga diperkuat dengan  $p_{alue} < Sig.0,050$  atau  $(0,000 < 0,050)$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Apotek Sekata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arianto, N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Aqua. Aqua, 14.
- [2] Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, 1(3), 1-14.
- [3] Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 5(2), 194-203.
- [4] Emor, J. I., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm. Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(4).
- [5] Hasan, F., Leksono, A. B., & Hendratmoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO di Dancell Pare. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 1(4), 163-175.
- [6] Irfanudin, A. M., Andalusi, R., & Jamil, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pristine 8+ Pada PT Super Wahana Tehno. Jurnal SeMaRak, 3(3).
- [7] Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(3), 1077-1086.
- [8] Muhtarom, A., & Syahrizal, M. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya (Studi Kasus pada Konsumen Rokok Surya di UNISLA). Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI), 3(1), 615-621.
- [9] Ningrum, NHD, & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Distributor Iswarya Parama Ciputat Timur Tangerang Selatan. Jurnal Perkusi, 1.
- [10] Pasaribu, VL (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. Jurnal Manajemen Bisnis, 18 (1), 37-49.
- [11] Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciran-Tangerang). Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4 (1), 94-104.

- [12] Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- [13] Yumelin, A. S., Feb A. H., & Uswatun C. (2021) Pengaruh Kualitas produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible. Universitas Pamulang (PINBIKUNPAM)*, 55-61.
- [14] Ahmad, M. I., Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada XL Center PT XL Axiata Tbk). *Jurnal Ilmiah Semarang*. 1-20