



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya

Jelita Amalia Putri^{1*}, Iswati², Siti Aisah³, Anis Fitriyasari⁴

^{1,2,3,4}Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Surabaya, Indonesia

E-mail: pjelitaamalia@gmail.com¹, iswatiibmt@gmail.com², sitiaisahibmt@gmail.com³,
anisfitriyasari@gmail.com⁴

Alamat: Jl. Raya Kupang Baru No. 8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur

*Korespondensi penulis: pjelitaamalia@gmail.com

Abstract. *This research is aimed at understanding in more detail "quality of service and price on customer satisfaction" in accordance with the problem raised, which is the effect of service quality and price on customer satisfaction at Drug Store Rafa Farma Surabaya. The researcher assumes that service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. This research uses primary data obtained from direct observation and questionnaires distributed to respondents, which will then be analyzed using multiple linear regression.*

Keywords: *service quality, price, customer satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini untuk mengetahui secara lebih lanjut “kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan” sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya. Penulis mengambil hipotesis bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari observasi langsung dan kuisioner yang disebarakan kepada responden yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis linier beganda. Hasil analisis data diketahui bahwa variabel terhadap kepuasan pelanggan dan harga pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis industri farmasi saat ini semakin berkembang pesat, berbagai perusahaan farmasi saling berlomba-lomba untuk mendapatkan hati serta kepercayaan dari konsumen mereka. Saat ini di era yang serba canggih ini untuk mendapatkan informasi tentang seputar kesehatan dari internet sangatlah mudah, tinggal menyesuaikan gejala-gejala yang dirasakan dengan yang diderita, sehingga bisa cepat menemukan obat yang tepat untuk menyembuhkan sakit itu. Namun cara seperti itu terkadang kurang tepat dikarenakan orang awam kurang faham tentang penggunaan obat yang tepat sehingga memerlukan konsultasi terlebih dahulu dengan tenaga farmasi bisa secara online atau lebih baik menanyakan langsung dengan mendatangi tenaga farmasi di apotek / instalasi farmasi di rumah terdekat.

Apotek sebagai tempat dilaksanakannya pekerjaan kefarmasian mempunyai peran penting sebagai tempat untuk memperoleh informasi tentang obat. Pelayanan kefarmasian semakin berkembang tidak terbatas hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada

pelanggan, tetapi perlu melakukan interaksi atau komunikasi dengan pelanggan dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi. Sering sekali ditemukan keluhan pelanggan di apotek mulai dari lambannya pelayanan yang diterima pelanggan, kurangnya ketepatan dan keamanan dari obat yang diberikan kepada pelanggan, serta fasilitas apotek yang kurang memadai mulai dari kursi menunggu pelanggan yang kurang banyak, tempat parkir yang kurang menjamin kendaraan pelanggan. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Sangat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih mudah dibandingkan merebut pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin banyak pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian pelanggan. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi. Menurut **Kotler (2019)** mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Indikator Kualitas Pelayanan:

1. Realibilitas (realibity)

Yakni merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan juga memberikan layanan yang real dan sesuai dengan harapan.

2. Daya tanggap (responsiveness)

Merupakan kemampuan langsung yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

3. Jaminan (assurance)

Merupakan pengetahuan dan perilaku untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

4. Empati (empathy)

Meliputi kemudahan dalam menjalani relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. Bukti Fisik (tangible)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Tangible yang baik akan mempengaruhi Presepsi pelanggan.

Harga

Menurut **Kotler (2019;131)**, harga merupakan sejumlah uang yang diberikan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk.

Indikator Harga

Menurut **Kotler dan Armstrong (2018:78)**, terdapat 4 indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas

Penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

4. Daya saing harga Penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

Kepuasan Pelanggan

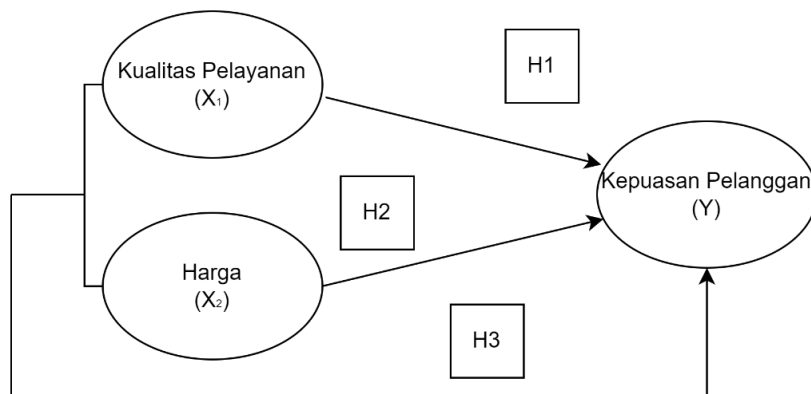
Menurut **Kotler dan Keller (2018:138)**, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diapresiasi produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan akan tidak puas, apabila kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut **Kotler dan Keller (2016)**, kepuasan pelanggan memiliki beberapa dimensi yaitu:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:
 - 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terait, meliputi:
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi:
 - 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan/kualitas produk yang memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai dan manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi / menggunakan sebuah produk / jasa.

Kerangka Berpikir dan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Berdasarkan kerangka teoritis diatas, maka hipotesa yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

H₂: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

H₃: Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Rafa Farma Surabaya.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan adalah pelanggan Apotek Rafa Farma Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Apotek Rafa Farma Pogot Surabaya atau masyarakat sekitarnya di Surabaya. Jumlah populasi dalam penelitian ini bersifat tak terbatas atau tidak diketahui karena sumber data tidak memiliki batasan yang jelas, sehingga jumlahnya relatif dan tidak dapat diungkapkan dalam angka yang pasti. Penelitian ini menggunakan jenis *Purposive Sampling*. Jenis sampling ini merupakan dimana peneliti menentukan pengambilan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan Google Form atau survei secara langsung. Metode survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan atau pernyataan

kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data yaitu dengan menggunakan data primer melalui observasi dan data sekunder dengan membaca dari jurna, buku atau laporan penelitian.

Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas untuk mengukur sah atau validnya suatu kuisioner, uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi pengujian normalitas dan multikolinearitas. Peneliti menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan model regresi linier berganda, yang meliputi analisis uji T, uji F dan perhitungan koefisien determinasi (R^2) pengujian ini menggunakan pengolahan statistika dengan SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pelanggan dapat berupa laki-laki atau perempuan, sehingga dengan pemilihan sampel ini dipilih jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Data frekuensi dan persentase jenis kelamin responden dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	35	36%
2	Perempuan	61	64%
	Jumlah	96	100%

Sumber data: Hasil olah data peneliti, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan di apotek rafa farma ber jenis kelamin perempuan 61 orang (64%), sementara Laki-laki 35 orang (36%).

Tabel 2. Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-20 Tahun	14	14%
2	21-25 Tahun	57	59%
3	26-30 Tahun	12	13%
4	>30 Tahun	13	14%
	Jumlah	96	100%

Sumber data: Hasil olah data peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berumur 21-25 tahun (59%). Sementara usia 17-20 tahun hanya 14 orang (14%), 26-30 tahun 12 orang (13%), >30 tahun 13 orang (14%).

Hasil Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Apabila kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk mengetahui validitas pernyataan dalam penelitian dapat dilihat berdasarkan nilai rhitung dan rtabel. Apabila rhitung > rtabel maka pernyataan tersebut valid.

Tabel 3. Hasil Keseluruhan Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Sig.	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1.1	0,067	0.1689	0,517	Tidak Valid
	X1.1.2	0,835	0.1689	0,000	Valid
	X1.2.1	0,867	0.1689	0,000	Valid
	X1.2.2	0,842	0.1689	0,000	Valid
	X1.3.1	0,854	0.1689	0,000	Valid
	X1.3.2	0,330	0.1689	0,001	Tidak Valid
	X1.4.1	0,835	0.1689	0,000	Valid
	X1.4.2	0,852	0.1689	0,000	Valid
	X1.5.1	0,773	0.1689	0,000	Valid
	X1.5.2	0,805	0.1689	0,000	Valid
Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Sig.	Status
Harga (X2)	X2.1.1	0,725	0.1689	0,000	Valid
	X2.1.2	0,252	0.1689	0,013	Tidak Valid
	X2.2.1	0,201	0.1689	0,049	Tidak Valid
	X2.2.2	0,567	0.1689	0,000	Valid
	X2.3.1	0,197	0.1689	0,055	Tidak Valid
	X2.3.2	0,681	0.1689	0,000	Valid
	X2.4.1	0,654	0.1689	0,000	Valid
	X2.4.2	0,476	0.1689	0,000	Valid
Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Sig.	Status
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1.1	0,898	0.1689	0,000	Valid
	Y.1.2	0,825	0.1689	0,000	Valid
	Y.2.1	0,883	0.1689	0,000	Valid
	Y.2.2	0,927	0.1689	0,000	Valid
	Y.3.1	0,912	0.1689	0,000	Valid
	Y.3.2	0,898	0.1689	0,000	Valid

Sumber data: Hasil dari data yang telah diolah

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) sebagian besar dinyatakan valid dan ada beberapa pertanyaan dinyatakan tidak valid. Hal tersebut disebabkan karena syarat validitas pertanyaan harus memiliki nilai r hitung melebihi dari nilai r tabel yang ada pada penelitian ini menggunakan r tabel 0,1689 dan juga signifikasinya harus 0,000 apabila kedua syarat tersebut tidak dipenuhi kedua-duanya tidak bisa dinyatakan valid.

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui seberapa stabil dan konsisten jawaban yang diberikan oleh responden, pengujian realibitas menggunakan kuisisioner dengan pertanyaan atau pernyataan yang disusun sebagai dimensi suatu variabel. Dalam penelitian ini, pengujian realibilitas akan menggunakan SPSS, berikut adalah indikator nilai angka realibilitas:

Jika nilai alpha > 0,90 maka realibilitas sempurna

Jika nilai alpha 0,70-0,90 maka realibilitas dinyatakan tinggi

Jika nilai alpha 0,50-0,70 maka realibilitas moderat

Jika nilai alpha < 0,50 maka realibilitas dinyatakan rendah, yang menyebabkan rendah kemungkinan satu atau beberapa item yang tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji realibilitas yang telah di uji menggunakan SPSS:

Tabel 4. Hasil Keseluruhan Realibillitas Variabel

Variabel	Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	0,782	Reliabel dinyatakan tinggi
Harga (X2)	0,549	Reliabel moderat
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,947	Reliabel sempurna

Sumber data: Hasil dari data yang telah diolah

Berdasarkan data dari tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kepuasan Pelanggan, memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,90 yang berarti realibilitas sempurna, sedangkan untuk variabel Kualitas pelayanan memiliki realibilitas dinyatakan tinggi, dan untuk variabel Harga memiliki realibilitas moderat.

Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82572480
Most Extreme Differences	Absolute	,095
	Positive	,071
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,031 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,031 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal Kolmogrov smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai $\text{sig} > \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan sebagai data yang berdistribusi normal.

2) Uji Multikolineritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Pelayanan	,937	1,067
	Harga	,937	1,067

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Yang umum dipakai pada nilai cut off adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 . Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolineritas. (Ghozali.2018).

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan Tollerance. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikasi dimana nilai Kualitas Pelayanan sebesar $1,067 < 10$, Harga $1,067 < 10$. Sedangkan nilai Tollerance juga memenuhi syarat signifikasi dimana nilai Kualitas Pelayanan sebesar $0,937 > 0,10$, dan Harga sebesar $0,937 > 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas antar variabel independent untuk persamaan regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,353	1,685		,803	,424
	Kualitas_Pelayanan	,721	,047	,872	15,302	,000
	Harga	-,162	,063	-,146	-2,562	,012

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel 7 maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1,353 + 0,721X_1 + -0,162X_2$$

Keterangan:

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Hasil persamaan regresi linear berganda diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 1.353, yang memiliki arti bahwa nilai konsinten dari variabel kepuasan adalah sebesar 1.353.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₁) sebesar 0,721 dan juga signifikan pada < 0,05 yang bertanda positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah positif.
3. Koefisien regresi variabel harga (X₂) sebesar -0,162 dan juga signifikan pada < 0,05 yang bertanda negatif, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel harga (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah negatif.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan Harga (X₂) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Dan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang ditunjukkan nilai koefisien regresi paling besar dibanding variabel harga yaitu sebesar 0,721.

Uji t

Tabel 8. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,353	1,685		,803	,424
Kualitas_Pelayanan	,721	,047	,872	15,302	,000
Harga	-,162	,063	-,146	-2,562	,012

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Dari tabel di atas, maka kesimpulan dari uji t sebagai berikut:

1. Hasil uji: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada tabel 4.11 di atas diketahui nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $t_{hitung} = 15,302 > t_{tabel} = 0,67705$ dengan tingkat signifikan (0,000) berarti lebih kecil dari probabilitas yang diterapkan (0,05). Hal ini berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

2. Hasil uji: Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.11 di atas diketahui nilai t hitung untuk variabel Harga (X2) sebesar $t_{hitung} = -2,562 < t_{tabel} = 0,67705$ dengan tingkat signifikan (0,012) berarti lebih kecil dari probabilitas yang telah ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

3. Hasil uji: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk hasil uji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma berpengaruh positif dan signifikan karena $t_{hitung} = 15,302 > t_{tabel} = 0,67705$ dengan tingkat signifikan (0,000) berarti lebih kecil dari probabilitas yang diterapkan (0,05), sedangkan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = -2,562 < t_{tabel} = 0,67705$ dengan tingkat signifikan (0,012) berarti lebih kecil dari probabilitas yang telah ditetapkan (0,05).

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	803,173	2	401,586	117,942	,000 ^b
Residual	316,661	93	3,405		
Total	1119,833	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

Berdasarkan tabel 9 diketahui hasil uji F pada tabel terlihat $F_{hitung} = 117,942 > F_{tabel} = 3,095$ dengan tingkat signifikan (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

Uji Koefisien Korelasi R dan Koefisien Determinasi (r^2)

Tabel 10. Hasil Pengukuran R dan (r^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,717	,711	1,845

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

- a. Nilai R sebesar 0,847 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) dengan kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) yaitu sebesar 84,7%.
- b. R Square 0,717 berarti kepuasan pelanggan diprediksi oleh kualitas pelayanan dan harga sebesar 71,7% sedangkan sisanya 28,3% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. Nilai Adjusted R square atau koefisien determinasi adalah 0,711 berarti kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,1% sedangkan sisanya 28,9% variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- d. Ada dua pilihan, memakai R Square atau memakai Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan Adjusted R Square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 71.1%

- e. Standart Error of the Estimate adalah sebesar 1,845 yang berarti bahwa tingkat kesalahan penaksiran dari model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebesar 1,845.

Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1 sebesar thitung = 15,302 > t tabel = 0,67705 dengan tingkat signifikan (0,000) berarti lebih kecil dari probabilitas yang diterapkan (0,05).). Hal ini berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel Harga (X_2) sebesar t hitung = -2,562 < t tabel = 0,67705 dengan tingkat signifikan (0,012) berarti lebih kecil dari probabilitas yang telah ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk hasil uji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma berpengaruh positif dan signifikan karena thitung = 15,302 > t tabel = 0,67705 dengan tingkat signifikan (0,000) berarti lebih kecil dari probabilitas yang diterapkan (0,05), sedangkan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung = -2,562 < t tabel = 0,67705 dengan tingkat signifikan (0,012) berarti lebih kecil dari probabilitas yang telah ditetapkan (0,05).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

Kesimpulannya diperoleh dari uji t, berdasarkan hasil uji t pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 15,302 > t tabel = 0,67705, selain itu diketahui bahwa nilai signifikansi dari X1 terhadap Y adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05.

2. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya. Kesimpulannya diperoleh nilai uji t. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = -2,562 < t tabel = 0,67705, selain itu diketahui bahwa nilai signifikansi dari X2 terhadap Y adalah 0,012 lebih kecil dari 0,05.
3. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa untuk kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya sedangkan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, disarankan kepada Apotek Rafa Farma Surabaya agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan terutama harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, memberikan inovasi layanan baru sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas variabel yang lain atau objek yang berbeda yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen: Studi pada salah satu perusahaan jasa transportasi di Kota Bandung. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104-114.
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Panderman Coffeee Shop di masa pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. *Ecopreneur*, 12(3), 139-146.

- Arsyad, M. R. P. S. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 183-197.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(2), 1-15.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap tingkat kepuasan pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82-97.
- Khaerudin, H., Waruwu, H., & Ibrahim, M. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek K24 Bintaro. *Jurnal Manajemen & Pendidikan [JUMANDIK]*, 1(2), 142-152.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232-243.
- Nurmala, L., Yusuf, A. S., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa pelayanan driver Grab. *Journal on Education*, 5(2), 1950-1957.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari*, 6(2), 249.
- Pratiwi, H., Prayudi, A., Sinaga, K., Mahyudanil, M., & Aditi, B. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan PT. Herfinta Farm and Plantation. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 72-82.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mie Setan di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 2192-2107.
- Rooroh, C. A., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2020). Pengaruh suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan: Studi pada Cafe Casa De Wanea Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.

- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan: Studi kasus perusahaan jasa ekspedisi Krian. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822-829.
- Utari, P. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Gowata Sakti Motor (Doctoral dissertation). Universitas Negeri Makassar.
- Wiguna, M. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 379.