**Transformasi Kesehatan dan Teknologi Medis**

Vol 7, No. 3, Agustus 2026

https://ejurnals.com/ojs/index.php/tktm

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam

Suci Fitriani Sammulia[1], Rury Trisa Utami[2], Ikrima Zaitun[3]

[1,2,3]Institut Kesehatan Mitra Bunda

Email: sucifitriani.sammulia22@gmail.com[1], ruritrisa68@gmail.com[2], ikrimazaitun2003@gmail.com[3]

**ABSTRAK**

Studi ini bermaksud guna mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam. Jenis studi ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi studi mencakup semua pelanggan apotek, dan sampel sejumlah 383 responden didapat lewat teknik accidental sampling. Data dihimpun memakai kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear berganda memakai program SPSS versi 25. Temuan studi mengindikasikan jika kualitas pelayanan dan harga berimplikasi positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi sejumlah 0,693 mengindikasikan jika 69,3% variasi kepuasan pelanggan diterangkan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini mengindikasikan jika pelayanan yang baik dan harga yang selaras bisa mengoptimalkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam, sehingga penting bagi apotek guna tetap mempertahankan kualitas layanan dan kebijakan harga yang bersaing.

**Kata Kunci**: Apotek, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

***ABSTRACT***

*This study aims to identify the influence of service quality and price on customer satisfaction at Azzam Farma Tiban Pharmacy in Batam City. The study employs a quantitative method with an associative approach. The population consists of all pharmacy customers, and a sample of 383 respondents was obtained using the accidental sampling technique. Data were collected via a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25 software. The findings indicate that service quality and price have a positive and significant impact on customer satisfaction. The coefficient of determination (0.693) reveals that 69.3% of the variation in customer satisfaction is explained by these two variables, while the remainder is influenced by other factors. These results suggest that good service and appropriate pricing can optimize customer satisfaction and loyalty at Azzam Farma Tiban Pharmacy; therefore, it is crucial for the pharmacy to maintain service quality and competitive pricing policies*.

***Keywords:*** *Pharmacy, Service Quality, Price, Customer Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan kebutuhan mendasar setiap individu dan menjadi hak seluruh warga negara yang harus dipenuhi lewat penyediaan layanan kesehatan yang berkualitas. Salah satu fasilitas kesehatan yang berperan langsung dalam pelayanan kepada masyarakat adalah apotek. Sebagai sarana pelayanan kefarmasian, apotek tidak hanya menyediakan obat, tetapi juga memberikan informasi obat serta memastikan penggunaan obat yang aman dan rasional sesuai dengan standar pelayanan kefarmasian.

Keberhasilan pelayanan kefarmasian di apotek dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan dapat menimbulkan ketidakpuasan Dalam konteks pelayanan kesehatan, kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan meliputi unsur keandalan, responsivitas, kepastian, empati, serta bukti fisik yang membangun persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan. Di sisi lain, harga menjadi pertimbangan rasional dalam keputusan pembelian sehingga kesesuaiannya dengan kualitas layanan turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan jika kualitas pelayanan dan harga berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan kefarmasian. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut secara konsisten menjadi determinan utama kepuasan pelanggan di apotek.

Apotek Azzam Farma Tiban di Kota Batam ialah salah satu apotek yang berkembang pesat dan menjadi pusat dari beberapa cabang lainnya. Meskipun memiliki rating 3,6 di Google yang menunjukkan persepsi awal cukup baik, ulasan pelanggan dan studi pendahuluan menunjukkan adanya keluhan terkait kualitas pelayanan, seperti sikap staf yang kurang profesional, proses pelayanan yang lambat, kurangnya kejelasan informasi harga, serta kesalahan dalam penyerahan obat. Kondisi ini mengindikasikan adanya Ketimpangan antara ekspektasi pelanggan dan pelayanan yang diterima.

Berdasarkan gap tersebut, studi ini bermaksud guna menganalisis implikasi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam. Kontribusi praktis diupayakan bisa dihasilkan dari studi ini bagi pengelola apotek, khususnya

dalam upaya mengoptimalkan kualitas pelayanan serta menyusun strategi penetapan harga yang lebih efektif sehingga kepuasan pelanggan bisa ditingkatkan secara optimal.

## METODE PENELITIAN

Studi ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif guna menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian dilaksanakan di Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam pada bulan Juni–Agustus 2025.

Populasi studi ialah semua transaksi pelanggan di Apotek Azzam Farma Tiban pada bulan Juni 2025 sebanyak 8.850 transaksi. Penentuan jumlah sampel memakai rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, yang mana didapat sejumlah 383 responden. Teknik penarikan sampel yang diimplementasikan ialah accidental sampling, dengan kriteria responden berusia ≥18 tahun dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Data studi dihimpun memakai kuesioner skala Likert 1–5 yang mengukur variabel harga, kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan. Observasi dan wawancara singkat dengan apoteker dilakukan sebagai data pendukung untuk memastikan kesesuaian kondisi lapangan.

Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya pada 30 responden uji coba. Uji validitas dilakukan memakai korelasi Product Moment, sedangkan uji reliabilitas memakai Cronbach's Alpha.

Data yang terkumpul dianalisis memakai program IBM SPSS Statistics versi 25. Analisis data meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas Kolmogorov–Smirnov, uji multikolinearitas berdasarkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), serta uji heteroskedastisitas memakai scatterplot. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda diimplementasikan guna menguji pengaruh kualitas pelayanan ($X_1$) dan harga ($X_2$) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Laki-laki | 43 | 11,2% |
| Perempuan | 340 | 88,8% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Berlandaskan Tabel 1, mayoritas responden adalah perempuan (88,8%), sedangkan laki-laki hanya 11,2%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia (Tahun) | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 18-24 | 233 | 60,8% |
| 25-34 | 56 | 14,6% |
| 35-44 | 33 | 8,6% |
| 45-54 | 39 | 10,2% |
| ≥ 55 | 22 | 5,7% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Tabel 2 mengindikasikan jika kelompok usia terbesar adalah 18–24 tahun (60,8%), sedangkan usia ≥55 tahun merupakan yang paling sedikit (5,7%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan Terakhir | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| SD | 8 | 2,1% |
| SMP | 21 | 5,5% |
| SMA/SMK | 259 | 67,6% |
| Diploma | 36 | 9,4% |
| Sarjana atau lebih | 59 | 15,4% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Pada Tabel 3 terlihat bahwa pendidikan responden didominasi oleh SMA/SMK (67,6%), sementara pendidikan SD merupakan kategori terendah (2,1%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Pelajar/Mahasiswa | 178 | 46,5% |
| Pegawai Swasta | 44 | 11,5% |
| Pegawai Negeri | 17 | 4,4% |
| Wiraswasta | 73 | 19,1% |
| Ibu Rumah Tangga | 71 | 18,5% |
| Lainnya | 0 | 0% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Tabel 4 mengindikasikan jika pekerjaan terbanyak ialah Pelajar/Mahasiswa (46,5%), sedangkan Pegawai Negeri merupakan kategori terkecil (4,4%).

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan**

| Pendapatan Bulanan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Rp. <1.000.000 | 164 | 42,8% |
| Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 | 83 | 21,7% |
| Rp. 3.000.001-Rp. 5.000.000 | 70 | 18,3% |
| Rp . 5.000.001-Rp. 10.000.000 | 48 | 12,5% |
| Rp. > Rp. 10.000.000 | 18 | 4,7% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Berdasarkan Tabel 5, pendapatan terbanyak berada pada kategori <Rp1.000.000 (42,8%), sementara pendapatan >Rp10.000.000 hanya dimiliki oleh 4,7% responden.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Ke Apotek

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Ke Apotek**

| Frekuensi Kunjungan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Pertama kali | 37 | 9,7% |
| 2-5 kali | 205 | 53,5% |
| Lebih dari 5 kali | 141 | 36,8% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Tabel 6 mengindikasikan jika frekuensi kunjungan terbanyak adalah 2–5 kali (53,5%), sedangkan kunjungan pertama kali hanya 9,7%.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Mengunjungi Apotek

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Mengunjungi Apotek**

| Tujuan Mengunjungi Apotek | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Membeli obat resep dokter | 82 | 21,4% |
| Membeli obat bebas | 200 | 52,2% |
| Konsultasi kesehatan | 33 | 8,6% |
| Produk kesehatan lainnya | 68 | 17,8% |
| Lainnya | 0 | 0% |
| **Total** | **383** | **100%** |

Pada Tabel 7, tujuan kunjungan terbanyak adalah pembelian obat bebas (52,2%), sedangkan konsultasi kesehatan merupakan tujuan terendah (8,6%).

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas**

| Variabel | Indikator | Koefisien Korelasi (r hitung) | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas Pelayanan ($X_1$) | X1.1 | 0, 569 | 0,361 | Valid |
| | X1.2 | 0, 779 | 0,361 | Valid |
| | X1.3 | 0, 657 | 0,361 | Valid |
| | X1.4 | 0, 606 | 0,361 | Valid |
| | X1.5 | 0, 583 | 0,361 | Valid |
| | X1.6 | 0, 666 | 0,361 | Valid |
| | X1.7 | 0, 659 | 0,361 | Valid |
| | X1.8 | 0, 657 | 0,361 | Valid |
| | X1.9 | 0, 614 | 0,361 | Valid |
| | X1.10 | 0, 607 | 0,361 | Valid |
| | X1.11 | 0, 803 | 0,361 | Valid |
| | X1.12 | 0, 806 | 0,361 | Valid |
| | X1.13 | 0, 888 | 0,361 | Valid |
| | X1.14 | 0, 806 | 0,361 | Valid |
| | X1.15 | 0, 870 | 0,361 | Valid |
| | X1.16 | 0, 656 | 0,361 | Valid |
| | X1.17 | 0, 770 | 0,361 | Valid |
| | X1.18 | 0, 713 | 0,361 | Valid |
| | X1.19 | 0, 703 | 0,361 | Valid |
| | X1.20 | 0, 638 | 0,361 | Valid |
| | X1.21 | 0, 754 | 0,361 | Valid |
| | X1.22 | 0, 772 | 0,361 | Valid |
| | X1.23 | 0, 637 | 0,361 | Valid |
| | X1.24 | 0, 853 | 0,361 | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | X1.25 | 0, 823 | 0,361 | Valid |
| Harga ($X_2$) | X2.1 | 0, 920 | 0,361 | Valid |
| | X2.2 | 0, 902 | 0,361 | Valid |
| | X2.3 | 0, 858 | 0,361 | Valid |
| | X2.4 | 0, 956 | 0,361 | Valid |
| Kepuasan | Y1 | 0, 879 | 0,361 | Valid |
| Pelanggan | Y2 | 0, 950 | 0,361 | Valid |
| (Y) | Y3 | 0, 779 | 0,361 | Valid |

Hasil pengujian validitas yang ditampilkan pada Tabel 8 mengindikasikan jika seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai r hitung yang melebihi r tabel (0,361), sehingga seluruh instrumen kajian dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

**Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas**

| **Variabel** | ***Cronbach's Alpha*** | **Standar Reliabilitas** | **Keterangan** |
|---|---|---|---|
| Kualitas Pelayanan ($X_1$) | 0, 923 | 0, 60 | Reliabel |
| Harga ($X_2$) | 0, 929 | 0, 60 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0, 839 | 0, 60 | Reliabel |

Berlandaskan hasil uji reliabilitas pada Tabel 9, semua variabel kajian mempunyai nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,60 sehingga instrumen studi dinilai konsisten dan bisa diimplementasikan dalam pengumpulan data.

C. Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan untuk menggambarkan distribusi rata-rata setiap indikator memakai rentang skala Simamora (2008). Lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan kategori "sangat tinggi" (Tabel 10–Tabel 16).

**Tabel 10. Kriteria Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden**

| Rentang Skor | Kategori | Rentang Skor |
|---|---|---|
| 1,00 – 1,80 | Sangat Rendah | 1,00 – 1,80 |
| 1,81 – 2,60 | Rendah | 1,81 – 2,60 |
| 2,61 – 3,40 | Sedang | 2,61 – 3,40 |
| 3,41 – 4,20 | Tinggi | 3,41 – 4,20 |
| 4,21 – 5,00 | Sangat Tinggi | 4,21 – 5,00 |

**Tabel 11. Distribusi Rata-Rata Skor Dimensi Tangibles**

| Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Bangunan apotek selalu dalam kondisi bersih dan rapi | 4,56 | Sangat Tinggi |
| Tata letak dan pengaturan produk di apotek memudahkan pelanggan dalam mencari obat. | 4,43 | Sangat Tinggi |
| Informasi tentang harga dan ketersediaan obat mudah ditemukan. | 4,24 | Sangat Tinggi |
| Fasilitas yang tersedia di apotek (seperti tempat duduk, pencahayaan, dan kebersihan) sudah memadai. | 4,33 | Sangat Tinggi |
| Tampilan dan pakaian karyawan apotek selalu terlihat rapi dan profesional. | 4,52 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,42** | **Sangat Tinggi** |

**Tabel 12. Distribusi Rata-Rata Skor Dimensi Reliability**

| Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Apotek selalu menyediakan obat dengan stok yang memadai. | 4,25 | Sangat Tinggi |
| Karyawan apotek memberikan informasi obat secara akurat dan jelas. | 4,50 | Sangat Tinggi |
| Pelayanan yang diberikan oleh karyawan apotek konsisten dan tepat waktu. | 4,44 | Sangat Tinggi |
| Jam operasional apotek selalu sesuai dengan jadwal dan jarang mengalami perubahan. | 4,36 | Sangat Tinggi |
| Kesalahan dalam pemberian obat atau transaksi di apotek jarang terjadi. | 4,30 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,37** | **Sangat Tinggi** |

**Tabel 13. Distribusi Rata-Rata Skor Dimensi Responsiveness**

| Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Karyawan apotek merespons pertanyaan atau kebutuhan pelanggan dengan cepat. | 4,45 | Sangat Tinggi |
| Pelanggan merasa dilayani dengan cepat tanpa harus menunggu terlalu lama. | 4,32 | Sangat Tinggi |
| Karyawan apotek selalu siap membantu jika pelanggan membutuhkan bantuan. | 4,54 | Sangat Tinggi |
| Karyawan memberikan solusi atau alternatif jika obat yang dicari tidak tersedia. | 4,35 | Sangat Tinggi |
| Pelayanan di apotek berlangsung cepat dan efisien. | 4,41 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,41** | **Sangat Tinggi** |

**Tabel 14. Distribusi Rata-Rata Skor Dimensi Assurance**

| Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Pelanggan merasa aman dan percaya terhadap pelayanan apotek. | 4,46 | Sangat Tinggi |
| Karyawan apotek menunjukkan profesionalisme dalam memberikan rekomendasi obat. | 4.46 | Sangat Tinggi |
| Apotek memberikan jaminan keamanan dalam pelayanan dan transaksi pembelian obat. | 4.45 | Sangat Tinggi |
| Konsultasi dengan karyawan apotek mengenai kondisi kesehatan terasa nyaman. | 4,34 | Sangat Tinggi |
| Kebijakan pengembalian atau penukaran produk di apotek ini jelas dan adil. | 4,31 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,40** | **Sangat Tinggi** |

**Tabel 15. Distribusi Rata-Rata Skor Dimensi Empathy**

| Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Karyawan apotek selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan. | 4,48 | Sangat Tinggi |
| Karyawan bersedia mendengarkan keluhan atau pertanyaan pelanggan dengan baik. | 4,39 | Sangat Tinggi |
| Pelanggan merasa nyaman berdiskusi dengan karyawan apotek mengenai kesehatan atau obat yang dibeli. | 4,33 | Sangat Tinggi |
| Pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai saat berbelanja di apotek ini. | 4,42 | Sangat Tinggi |
| Apotek memberikan pelayanan yang fleksibel sesuai dengan kebutuhan pelanggan. | 4,43 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,41** | **Sangat Tinggi** |

1. Kualitas Pelayanan

**Tabel 16. Distribusi Rata-Rata Skor Variabel Kualitas Pelayanan**

| Dimensi | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Tangibles | 4,41 | Sangat Tinggi |
| *Reliability* | 4,37 | Sangat Tinggi |
| Responsiveness | 4,41 | Sangat Tinggi |
| Assurance | 4,40 | Sangat Tinggi |
| Empathy | 4.41 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,40** | **Sangat Tinggi** |

Berlandaskan Tabel 16, rata-rata keseluruhan skor variabel kualitas pelayanan ada pada klasifikasi sangat tinggi (>4,20). Hal ini mengindikasikan jika pelanggan menilai kualitas pelayanan Apotek Azzam Farma Tiban secara umum sangat baik. Dimensi tangibles memperoleh nilai rata-rata tinggi, yang mengindikasikan jika kebersihan ruangan, kerapian penataan obat, fasilitas apotek, serta penampilan petugas dinilai sangat baik oleh pelanggan. Kondisi fisik pelayanan yang memadai mampu menciptakan kenyamanan dan kesan positif bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong yang mengungkapkan jika persepsi nilai pelanggan tercipta dari kesesuaian antara manfaat yang diterima dan pengorbanan yang diberikan, termasuk kenyamanan fisik dalam pelayanan [10].

Dimensi reliability dan responsiveness juga menunjukkan nilai yang sangat tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa pelayanan dinilai andal, konsisten, serta diberikan secara cepat dan tanggap. Pelanggan merasa kebutuhan mereka dilayani dengan baik dan petugas mampu merespons permintaan maupun pertanyaan secara tepat. Temuan ini menguatkan studi Ariyani dan Fauzi yang mengungkapkan jika pelayanan yang andal dan responsif berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan [11].

Selain itu, dimensi assurance dan empathy memperoleh penilaian sangat baik, yang mengindikasikan jika pelanggan merasa aman, percaya terhadap kompetensi tenaga kefarmasian, serta merasakan sikap ramah dan perhatian dalam proses pelayanan. Temuan ini selaras dengan studi Suharyanto et al. yang menekankan jika aspek jaminan dan empati dalam pelayanan kefarmasian berimplikasi positif terhadap kepuasan pelanggan [12].

Secara keseluruhan, tingginya penilaian pada setiap dimensi kualitas pelayanan menjelaskan mengapa kualitas pelayanan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini selaras dengan studi Khaerudin et al. serta Arfianto et al. yang mengungkapkan jika kualitas pelayanan berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan apotek [13,14].

2. Harga

**Tabel 17. Distribusi Rata-Rata Skor Variabel Harga**

| Item Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Harga obat dan produk di apotek ini terjangkau bagi pelanggan. | 4,44 | Sangat Tinggi |
| Harga produk di apotek ini sesuai dengan kualitas yang diberikan. | 4,43 | Sangat Tinggi |
| Harga yang ditawarkan apotek ini sebanding dengan manfaat yang diperoleh. | 4,41 | Sangat Tinggi |
| Harga di apotek ini bersaing dengan apotek lain dan sesuai dengan daya beli pelanggan. | 4,27 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,38** | **Sangat Tinggi** |

Berdasarkan Tabel 17, variabel harga memiliki rata-rata keseluruhan sejumlah 4,38 dengan kategori sangat tinggi. Hasil ini mengindikasikan jika responden menilai harga di Apotek Azzam Farma Tiban relatif terjangkau dan selaras dengan kualitas produk yang diterima. Keselarasan antara harga dan manfaat menjadi faktor krusial dalam mewujudkan kepuasan pelanggan, karena harga yang dianggap wajar bisa menaikkan persepsi nilai dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang [10].

Indikator keterjangkauan harga mendapat nilai rata-rata tertinggi, yang mengindikasikan jika mayoritas pelanggan menganggap harga obat dan produk di apotek masih dapat dijangkau. Selain itu, indikator kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat juga menunjukkan nilai sangat tinggi, yang menandakan bahwa pelanggan menilai harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan manfaat yang didapat.

Namun demikian, indikator daya saing harga memiliki nilai rata-rata relatif lebih rendah dikomparasikan indikator lainnya, meskipun masih ada pada klasifikasi sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan jika aspek persaingan harga dengan apotek lain tetap perlu menjadi perhatian. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ariyani dan Fauzi serta Suharyanto et al. yang mengungkapkan jika harga yang bersaing dan selaras dengan manfaat produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan [11,12].

3. Kepuasan Pelanggan

**Tabel 18. Distribusi Rata-Rata Skor Variabel Kepuasan Pelanggan**

| Item Pernyataan | Mean | Kategori |
|---|---|---|
| Pelayanan dan harga di apotek ini sesuai dengan harapan | 4,44 | Sangat Tinggi |
| Berniat untuk kembali berbelanja di apotek ini di masa mendatang | 4,46 | Sangat Tinggi |
| Bersedia merekomendasikan apotek ini kepada keluarga atau teman | 4,44 | Sangat Tinggi |
| **Rata-rata Keseluruhan** | **4,45** | **Sangat Tinggi** |

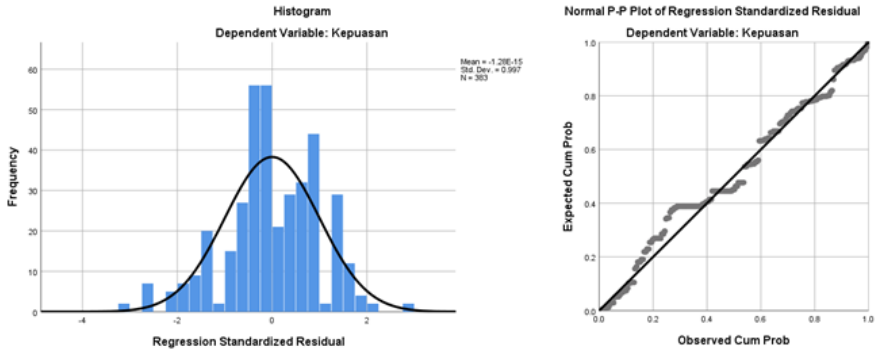
Berlandaskan Tabel 18, variabel kepuasan pelanggan memiliki rata-rata 4,45 dengan klasifikasi sangat tinggi. Temuan ini mengindikasikan jika pelanggan merasa pelayanan dan harga di Apotek Azzam Farma Tiban telah sesuai dengan harapan mereka. Pelanggan juga menunjukkan kecenderungan guna melaksanakan pembelian ulang serta menyarankan apotek kepada orang lain.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

**Tabel 19. Hasil Uji Normalitas**

| Sampel | Nilai Kolmogorov-Smirnov | Signifikansi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 383 | 0.109 | 0.000 | < 0.05 (Tidak Normal) |




**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Berlandaskan hasil uji Kolmogorov–Smirnov, nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dari 0,05 (Tabel 19). Namun demikian, grafik histogram dan Normal P–P Plot (Gambar 1) mencerminkan pola residual yang mendekati distribusi normal, sehingga secara visual model dapat dianggap melengkapi asumsi normalitas.

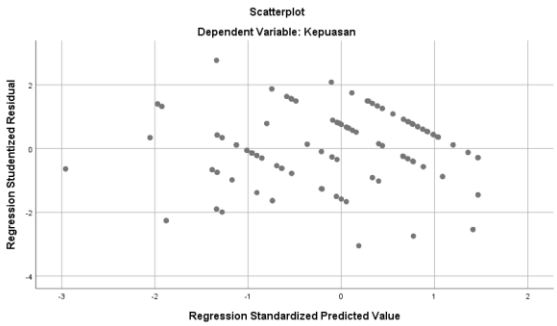
2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Sampel | Nilai Kolmogorov-Smirnov | Signifikansi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 383 | 0.109 | 0.000 | < 0.05 (Tidak Normal) |

Nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 (Tabel 20), sehingga bisa dirangkum jika tidak terjadi multikolinearitas pada model.

3. Uji Heteroskedastisitas




**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Grafik scatter plot (Gambar 2) menunjukkan sebaran titik acak tanpa pola tertentu, sehingga model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas

E. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Koefisien Determinasi

**Tabel 21. Hasil Uji Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 0, 832 | 0, 693 | 0,691 | 0,86041 |

Nilai R Square sejumlah 0,693 (Tabel 21) mengindikasikan jika 69,3% variasi kepuasan pelanggan bisa dijabarkan oleh kualitas pelayanan dan harga.

2. Uji F (Simultan)

**Tabel 22. Hasil Uji ANOVA (Uji F)**

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Regression | 634.392 | 2 | 317.196 | 428.466 | 0.000 |
| Residual | 281.316 | 380 | 0.740 | | |
| Total | 915.708 | 382 | | | |

Hasil uji F (Tabel 22) menunjukkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga kualitas pelayanan dan harga berimplikasi signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji t (Parsial)

**Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)**

| Variabel | *Unstandardized Coefficients (B)* | Std. Error | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|
| Konstanta | -0,383 | 0,476 | -0,804 | 0,422 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,069 | 0,006 | 11,953 | 0,000 |
| Harga (X2) | 0,352 | 0,031 | 11,187 | 0,000 |

Hasil uji t (Tabel 23) mengindikasikan jika kualitas pelayanan dan harga berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig < 0,05).

4. Persamaan Regresi

Persamaan regresi linear berganda yang didapat pada studi ini ialah:

$$\mathbf{Y=-0,383+0,069X_1+0,352X_2}$$

Persamaan tersebut mengindikasikan jika kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi harga (0,352) lebih besar dibandingkan koefisien kualitas pelayanan (0,069), yang mengindikasikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis regresi mengindikasikan jika kualitas pelayanan dan harga berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam. Nilai koefisien determinasi ($R^2$) sejumlah 0,693 mengindikasikan jika 69,3% variasi kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh kedua variabel tersebut, sisanya dipengaruhi faktor lain di luar studi ini.

Secara parsial, kualitas pelayanan berimplikasi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini selaras dengan temuan pada Tabel 16 yang menunjukkan penilaian sangat tinggi pada seluruh dimensi kualitas pelayanan. Hasil ini konsisten dengan studi Khaerudin et al. dan

Arfianto et al. yang mengungkapkan jika kualitas pelayanan merupialahakan faktor dominan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan apotek [13,7].

Variabel harga turut terbukti berimplikasi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tingginya nilai rata-rata variabel harga pada Tabel 17 mengindikasikan jika keselarasan harga dengan kualitas dan manfaat produk berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil ini selaras dengan studi Suharyanto et al. dan Khaerudin et al. yang mengungkapkan jika harga dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan [12,13].

Secara keseluruhan, temuan studi ini menegaskan jika kualitas pelayanan dan harga ialah dua faktor utama yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan Apotek Azzam Farma Tiban Kota Batam.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan temuan studi dan pembahasan, didapat kesimpulan diantaranya:

1. **Kualitas pelayanan ($X_1$) terbukti berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi sejumlah 0,000 < 0,05 yang mengindikasikan jika peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan**.
2. **Harga ($X_2$) berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).** Nilai signifikansi 0,000 < 0,05 mengindikasikan jika harga yang murah, sesuai kualitas, dan sepadan dengan manfaat berkontribusi pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardinata. Tanggung Jawab Negara terhadap Jaminan Kesehatan dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Jurnal HAM*, **11**(2), 319–333 (2020). https://doi.org/10.30641/ham.2020.11.319-333

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek. Jakarta: Kemenkes RI (2016).

Gerson, R. F. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PPM (2017).

Kotler, P., & Keller, K. L. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga (2018).

Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40 (1988).

Ariyani, A., & Fauzi, A. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. JEKMA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2(2), 23–28 (2023).

Arfianto, E., Lestari, N. A., & Ningtyas, E. A. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Cangkiran. JIFI (Jurnal Ilmiah Farmasi Imelda), 8(1), 1–10 (2024). https://doi.org/10.32539/jifi.v8i1.495

Khaerudin, H., Waruwu, H., & Ibrahim, M. H. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek K24 Bintaro. Jurnal Manajemen & Pendidikan (JUMANDIK), 1(2), 142–152 (2023).

Putri, J. A., Iswati, Aisah, S., & Fitriyasari, A. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Rafa Farma Surabaya. Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset, 2(5), 186–201 (2024). https://doi.org/10.56444/lokawati.v2i5.361

Kotler, P.; Armstrong, G. Prinsip-prinsip Pemasaran; Erlangga: Jakarta, Indonesia, 2019.

Ariyani, A.; Fauzi, A. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi dan Manajemen 2023, 2(2), 23–28. DOI: https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.710

Suharyanto; Herlina, R.L.; Tugiono, J. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek RF Bandung. Semnastek UISU 2021, 27–33.

Khaerudin, H.; Waruwu, H.; Ibrahim, M.H. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek K24 Bintaro. Jurnal Manajemen & Pendidikan (JUMANDIK) 2023, 1(2), 142–152