



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA APOTEK SEHAT FARMA SUNGAI LULUT)**
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT COMPLETENESS ON
CUSTOMER SATISFACTION (A STUDY AT SEHAT FARMA PHARMACY, SUNGAI
LULUT)

Amellia Priani Putri^{1*}, Syamsuddinnor², Alfiannor³
^{1,2,3}STIMI Banjarmasin

Email: ameliaputri170@gmail.com

Abstract

Health has become an essential basic need today, considering the increasing prevalence of diseases, environmental pollution, and extreme weather changes. Pharmacies play a role as healthcare providers in the pharmaceutical field by supplying medicines to the public. The competition among pharmacies in the pharmaceutical industry has intensified in this era of globalization, requiring companies to develop marketing strategies to achieve customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of service quality and product completeness on customer satisfaction (a study at Sehat Farma Pharmacy, Sungai Lulut).

This research employs a causal associative study design. A quantitative research method is used and analyzed through multiple linear regression. The population of this study consists of customers of Sehat Farma Pharmacy, Sungai Lulut. The sample was selected using random sampling with the Slovin formula, resulting in a sample size of 95 respondents. Data collection was conducted through a questionnaire. Data analysis was carried out using quantitative analysis techniques with SPSS version 25.

The results of this study indicate that service quality has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. Product completeness also has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. Together, service quality and product completeness have a positive and significant simultaneous effect on customer satisfaction (a study at Sehat Farma Pharmacy, Sungai Lulut). Regarding service quality, it is recommended to improve the pharmacy's appearance and facilities, such as offering cashless payment options. For product completeness, it is recommended to increase the variety of product types available and ensure consistent stock availability at Sehat Farma Pharmacy.

Keywords: customer satisfaction, service quality, product completeness

Abstrak

Kesehatan menjadi kebutuhan dasar yang sangat penting saat ini, mengingat meningkatnya jumlah penyakit, pencemaran lingkungan dan perubahan cuaca yang ekstrim. Apotek merupakan salah satu penyedia layanan kesehatan bidang farmasi yang berperan menyediakan obat-obatan kepada masyarakat. Persaingan bisnis apotek dalam industri farmasi di era globalisasi semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran demi mencapai kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *asosiatif kausal*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Sehat Farma Sungai Lulut. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *random sampling* dengan metode Slovin sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 95 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lutut). Terkait kualitas pelayanan, disarankan untuk memperhatikan penampilan dan fasilitas apotek seperti menyediakan layanan pembayaran non tunai. Terkait kelengkapan produk, disarankan untuk menambah variasi jenis produk yang dijual dan memastikan stok produk selalu tersedia di Apotek Sehat Farma

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kelengkapan produk

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di tengah semakin banyaknya jenis penyakit, kondisi lingkungan yang telah banyak tercemar, serta perubahan cuaca yang ekstrim, kesehatan menjadi kebutuhan pokok yang sangat penting saat ini. Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, bahwa kesehatan didefinisikan sebagai suatu keadaan sehat baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis (Republik Indonesia, 2009). Untuk itu, keberadaan industri farmasi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap obat-obatan.

Salah satu bentuk pelayanan kesehatan terutama di bidang kefarmasian adalah apotek. Menurut Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 9 Tahun 2017, apotek didefinisikan sebagai sarana pelayanan kefarmasian tempat apoteker menjalankan praktik kefarmasian (Kemenkes RI, 2017). Sebagai alat distribusi perbekalan farmasi, apotek merupakan sarana pelayanan kesehatan yang berkewajiban untuk menyediakan dan menyalurkan obat dan perbekalan farmasi lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kemampuan untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan dalam proses penjualan pada bisnis apotek.

Faktor utama yang menentukan kualitas suatu fasilitas kesehatan adalah kepuasan pelanggan. Daryanto dan Setyobudi (2014:43) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons emosional konsumen terhadap suatu produk setelah menggunakannya, yang muncul ketika harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Rendahnya kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang semakin menurun dan mempengaruhi profitabilitas fasilitas kesehatan tersebut. Di sisi lain, sikap dan perilaku petugas terhadap pelanggan juga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, karena kebutuhan dan tuntutan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan akan selalu meningkat dari waktu ke waktu.

Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk merupakan dua faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Tjiptono (2016:268) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil dari upaya perusahaan untuk mencapai tingkat keberhasilan yang diharapkan dan konsisten dalam memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Sinaga dan Leswana (2022) untuk mengukur kepuasan pelanggan atau pasien, dapat dilakukan melalui survei tingkat kepuasan pelanggan yang mencakup 5 indikator kualitas layanan atau dikenal

sebagai ServQual, yaitu *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (ketanggapan), *reliability* (keandalan), *empathy* (empati), dan *assurance* (jaminan). Penelitian ini didukung dengan temuan penelitian Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Fitri (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kelengkapan produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:347) kelengkapan produk merupakan ketersediaan seluruh jenis produk yang ditawarkan oleh suatu produsen untuk dimiliki, dikonsumsi, atau digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketersediaan obat sangat berdampak pada akses masyarakat terhadap pengobatan. Kelengkapan produk dapat menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk. Apabila produk yang dicari oleh konsumen selalu tersedia dan bervariasi, cenderung mereka akan merasa puas dengan pengalaman berbelanja dan melakukan pembelian di tempat tersebut. Berdasarkan temuan penelitian Novita (2020) bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan kefarmasian. Hal ini sama dengan hasil penelitian Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Perkembangan industri apotek di Kalimantan Selatan saat ini mengalami kemajuan, salah satunya yaitu di Kabupaten Banjar. Hampir disetiap wilayah banyak tersebar apotek, mulai dari apotek kecil hingga apotek besar. Salah satu apotek di Kabupaten Banjar yang ikut dalam persaingan industri farmasi adalah Apotek Sehat Farma. Apotek Sehat Farma yang berlokasi di Jalan Martapura Lama Km.8,2 Kelurahan Sungai Lutut, Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar ini baru berdiri pada bulan Agustus 2023. Jam operasional pelayanan pasien yaitu pukul 08.00 - 22.00 WITA. Apotek Sehat Farma sebagai salah satu pelaku bisnis farmasi berupaya memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan melalui penjualan obat-obatan baik obat generik, paten, dan obat yang dijual dengan resep maupun tanpa resep dokter. Apotek Sehat Farma tidak hanya menjual obat, tetapi juga melakukan pelayanan kesehatan seperti layanan pemeriksaan kesehatan (tekanan darah, gula darah, asam urat, kolesterol, dan hemoglobin), praktik dokter umum, serta menyediakan layanan *home care*.

Data jumlah konsumen Apotek Sehat Farma selama periode September 2023 sampai dengan Desember 2023 dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1.
Data Jumlah Konsumen Apotek Sehat Farma
September-Desember 2023

No.	Bulan	Jumlah konsumen	%
1.	September	350 orang	18,32%
2.	Oktober	530 orang	27,75%
3.	November	470 orang	24,61%
4.	Desember	560 orang	29,32%
Jumlah		1.910 orang	100%

Sumber: Apotek Sehat Farma, 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen pada Apotek Sehat Farma selama 4 bulan mengalami fluktuasi (turun dan naik). Hal ini dilihat pada bulan pertama apotek tersebut berjalan, jumlah konsumen yaitu sebanyak 350 orang, kemudian pada bulan berikutnya jumlah konsumen meningkat menjadi 530 orang, namun pada bulan ketiga, terjadi penurunan jumlah konsumen menjadi 470 orang, dan meningkat kembali pada bulan Desember menjadi 560 orang. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen sempat mengalami penurunan yang disebabkan oleh penurunan jumlah pelanggan yang membeli produk di apotek.

Dari data tersebut diketahui bahwa terdapat masalah pada Apotek Sehat Farma, salah satunya adalah pendapatan, terutama juga dalam hal kelengkapan produk obat yang berdampak pada penurunan penjualan. Hal ini ditandai dengan sering munculnya keluhan dari pelanggan mengenai kurang lengkapnya produk yang dijual atau obat yang ingin dibeli pelanggan selalu kosong secara terus menerus. Selain itu dari segi fasilitas yang masih kurang, terlihat dari belum adanya sistem pembayaran non tunai yang akan mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?
2. Apakah kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)?

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:268), kualitas pelayanan adalah standar keunggulan yang ditetapkan dalam memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016:442) merupakan ukuran seberapa baik layanan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, diukur berdasarkan seberapa baik layanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta seberapa tepat layanan tersebut dalam memenuhi harapan pelanggan. Semakin berkualitas jasa yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Kotler dan Keller (2016:442) mengidentifikasi lima dimensi utama yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yakni:

- a. Bukti fisik (*Tangibles*), merupakan manifestasi fisik dari kualitas pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan, berupa kondisi sarana dan prasarana, lingkungan perusahaan, serta tampilan karyawan sebagai komunikasi visual

yang secara kolektif membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

- b. Keandalan (*Reliability*) mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan konsisten.
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan respons yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan pelanggan, disertai dengan penyampaian informasi yang akurat dan jelas.
- d. Jaminan (*Assurance*) merupakan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan pelanggan melalui pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang profesional.
- e. Empati (*Emphaty*) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara individual, serta memberikan perhatian yang tulus.

Kelengkapan Produk

Kotler dan Keller (2016:402) menjelaskan bahwa kelengkapan produk adalah kondisi di mana semua jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dengan mudah diakses oleh konsumen. Kelengkapan produk mengacu pada ketersediaan berbagai jenis produk yang dihasilkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan manfaat tertentu bagi penggunaannya. Sedangkan menurut Indrasari (2019:32) keragaman produk merupakan variasi produk yang ditawarkan, mencakup perbedaan merek, ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk secara terus menerus guna memenuhi beragam kebutuhan konsumen.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kelengkapan produk menurut Kotler yang dialih bahasakan oleh Utami (2010:271) meliputi:

- a. Variasi kelengkapan produk, mengacu pada berbagai macam produk yang tersedia.
- b. Variasi merek produk, mengacu pada berbagai macam jenis merek produk yang ditawarkan
- c. Variasi ukuran produk. Produk yang memiliki variasi ukuran, memungkinkan konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka
- d. Variasi kualitas produk. Standar kualitas suatu produk biasanya dinilai dari beberapa aspek, seperti desain kemasan, informasi pada label, daya tahan produk, adanya jaminan atau garansi, dan manfaat yang ditawarkan.

Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang timbul sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan realitas yang mereka alami setelah menggunakan produk. Pengertian lain tentang kepuasan pelanggan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang muncul ketika kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi.

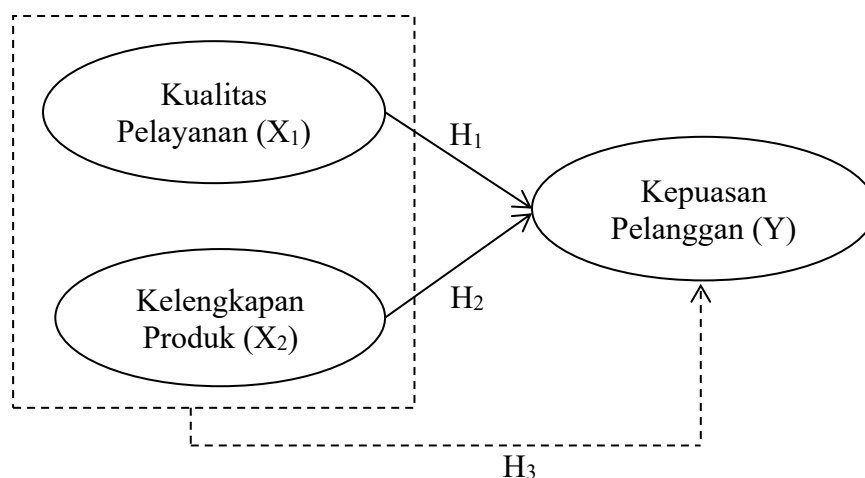
Menurut Tjiptono (2015:101) indikator-indikator yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Minat pembelian ulang, merupakan rasa ketersediaan pelanggan dalam menggunakan kembali sebuah produk atau jasa.
- b. Kesesuaian harapan. Mengukur seberapa jauh kinerja suatu produk atau jasa mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan yang dirasakan setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut.
- c. Kesiediaan merekomendasikan. Keinginan atau tingkat kesediaan konsumen untuk mereferensikan suatu jasa kepada pihak lain.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Annisa Fitri (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Tyas Farma Kasang Pudak Muaro Jambi.
2. Penelitian Imam Suroso, Muhammad Deni, Aras Tulip, Vivin Avini, dan Arubina Bangsawan (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Fathurrahman di Kayuagung.
3. Penelitian Ni Luh Putu Indiani, Ni Komang Nia Pusparini, dan Bagus Kusuma Wijaya (2024) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan.
4. Penelitian I Made Bayu Dwika Artawan, I Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja Kusuma, dan I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Indra Denpasar.
5. Penelitian Mohamad Budi Santoso, Yunus Handoko, dan Tin Agustina (2023) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Sidodadi Medika di Banjaran Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat.

Kerangka Konseptual



Keterangan:

—————> : Parsial
-----> : Simultan

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

- H₁: Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).
H₂: Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).
H₃: Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *asosiatif kausal*. Penelitian *asosiatif kausal* digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dan pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kelengkapan produk) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Apotek Sehat Farma Jalan Martapura Lama Km.8,2 Sungai Lulut, Kabupaten Banjar. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari hingga Mei 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Sehat Farma yang berjumlah 1.910 orang. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *random sampling* dengan metode Slovin sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 95 responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data berupa data kuantitatif dan sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer didapatkan menggunakan kuesioner yang berisikan daftar pernyataan terkait dengan variabel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden dan diukur dengan skala likert.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda yang diolah dengan program SPSS versi 25.

1. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Tanggapan Responden

Tabel 2.
Hasil Tanggapan Responden

Variabel	N	Rata-rata
Kualitas Pelayanan (X_1)	95	4,46
Kelengkapan Produk (X_2)	95	3,9
Kepuasan Pelanggan (Y)	95	4,2

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan hasil tanggapan 95 responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Secara keseluruhan rata-rata skor (X_1) adalah 4,46 berarti responden cenderung setuju bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Secara keseluruhan rata-rata skor (X_2) adalah 3,9 berarti responden cenderung setuju bahwa kelengkapan produk ditentukan oleh variasi kelengkapan produk, variasi merek produk, variasi ukuran produk, dan variasi kualitas produk.

Secara keseluruhan rata-rata skor (Y) adalah 4,2 berarti responden cenderung setuju bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh minat pembelian ulang, kesesuaian harapan, dan kesediaan merekomendasikan.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas pelayanan (X_1)	X1.1	0,756	0,202	Valid
	X1.2	0,723	0,202	Valid
	X1.3	0,852	0,202	Valid
	X1.4	0,825	0,202	Valid
	X1.5	0,754	0,202	Valid
	X1.6	0,848	0,202	Valid
	X1.7	0,802	0,202	Valid
	X1.8	0,826	0,202	Valid
	X1.9	0,871	0,202	Valid
	X1.10	0,825	0,202	Valid

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kelengkapan produk (X_2)	X2.1	0,712	0,202	Valid
	X2.2	0,753	0,202	Valid
	X2.3	0,723	0,202	Valid
	X2.4	0,805	0,202	Valid
	X2.5	0,810	0,202	Valid
	X2.6	0,821	0,202	Valid
	X2.7	0,681	0,202	Valid
	X2.8	0,741	0,202	Valid
	X2.9	0,769	0,202	Valid
	X2.10	0,592	0,202	Valid
	X2.11	0,723	0,202	Valid
	X2.12	0,603	0,202	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	Y.1	0,824	0,202	Valid
	Y.2	0,766	0,202	Valid
	Y.3	0,802	0,202	Valid
	Y.4	0,808	0,202	Valid
	Y.5	0,804	0,202	Valid
	Y.6	0,853	0,202	Valid
	Y.7	0,748	0,202	Valid
	Y.8	0,742	0,202	Valid
	Y.9	0,883	0,202	Valid
	Y.10	0,889	0,202	Valid
	Y.11	0,877	0,202	Valid
	Y.12	0,828	0,202	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Dari Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa r_{hitung} pada setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} , yaitu 0,202 yang berarti semua pernyataan dinyatakan valid sehingga kuesioner dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

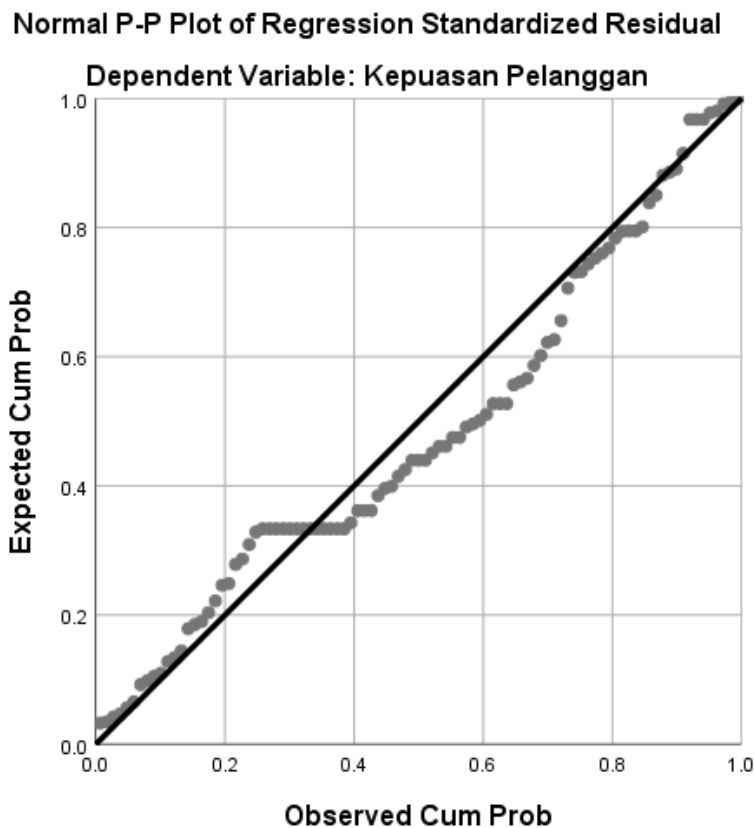
Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,941	0,60	Reliabel
Kelengkapan Produk (X_2)	0,913	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,954	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel yang artinya, kuesioner dalam penelitian ini konsisten dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Normalitas



Gambar 2.

Hasil Uji Normalitas *P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 2 pada uji normalitas *P-P Plot of Regression Standardized Residual* dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di dekat garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 5.
Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	(Combined) Linearity	1061.419	12	88.452	4.914	.000
Kualitas Pelayanan		Deviation from Linearity	863.098	1	863.098	47.953	.000
			198.321	11	18.029	1.002	.452
	Within Groups		1475.907	82	17.999		
	Total		2537.326	94			

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	(Combined) Linearity	1457.506	22	66.250	4.417	.000
Kelengkapan Produk		Deviation from Linearity	1269.412	1	1269.412	84.642	.000
			188.094	21	8.957	.597	.908
	Within Groups		1079.821	72	14.998		
	Total		2537.326	94			

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5 di atas terlihat bahwa nilai Sig. Linearity pada variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linier. Pada variabel kelengkapan produk nilai Sig. Linearity yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya kelengkapan produk dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linier.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.854	1.171
	Kelengkapan Produk	.854	1.171

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk sebesar $1,171 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $0,854 > 0,10$. Sehingga pada setiap variabel tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7.
Hasil Uji Hasil Uji Heteroskedastisitas Korelasi *Rank Spearman*

Correlations			Kualitas Pelayanan	Kelengkapan Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.338**	.029
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.782
		N	95	95	95
	Kelengkapan Produk	Correlation Coefficient	.338**	1.000	-.025
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.811
		N	95	95	95
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.029	-.025	1.000
		Sig. (2-tailed)	.782	.811	.
		N	95	95	95

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

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai Sig. pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,782 lebih besar dari 0,05 dan Nilai Sig. pada variabel kelengkapan produk yaitu sebesar 0,811 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.024	3.973		1.265 .209
	Kualitas Pelayanan (X1)	.460	.088	.367	5.240 .000
	Kelengkapan Produk (X2)	.541	.067	.567	8.108 .000

Sumber: Data diolah, 2024

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,024 + 0,460 X_1 + 0,541 X_2 + e$$

- Kepuasan pelanggan memiliki nilai konstanta (α) sebesar 5,024 artinya jika nilai semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kelengkapan produk adalah 0, maka nilai kepuasan pelanggan yaitu sebesar 5,024.
- Kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,460 artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu-satuan pada variabel kualitas pelayanan dengan asumsi variabel tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,460.
- Kelengkapan produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,541 artinya kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu-satuan pada variabel

kelengkapan produk dengan asumsi variabel tetap, maka kepuasan pelanggan pada akan mengalami peningkatan sebesar 0,541.

Uji F (Simultan)

Tabel 9.
Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1560.868	2	780.434	73.531	.000^b
	Residual	976.458	92	10.614		
	Total	2537.326	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig. yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar 73,531 lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 3,10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t (Parsial)

Tabel 10.
Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.024	3.973		1.265	.209
	Kualitas Pelayanan (X1)	.460	.088	.367	5.240	.000
	Kelengkapan Produk (X2)	.541	.067	.567	8.108	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 10 di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 5,240 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,986. Dengan demikian, hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada variabel kelengkapan produk (X_2) memiliki nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 8,108 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,986. Dengan demikian, hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.615	.607	3.258

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan
Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 11 di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,615 atau 61,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh sebesar 61,5% terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Sehat Farma, maka kepuasan pelanggan pun akan semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian, variabel kualitas pelayanan dibentuk oleh bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Di mana keandalan dan empati merupakan indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa pengetahuan, kemampuan dalam memberikan pelayanan dan perhatian yang bersifat individual yang dimiliki oleh karyawan dalam upaya memahami keinginan pelanggan menjadi faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Apotek Sehat Farma Sungai Lulut. Hal ini sesuai dengan teori pada penelitian Suroso dkk., (2022) bahwa semakin baik pemahaman pada kualitas pelayanan, maka tujuan kepuasan pelanggan akan semakin efektif, dengan adanya pemahaman pada pelanggan dan mengetahui permasalahan yang sedang pelanggan hadapi, maka pelanggan akan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

Pelanggan yang dilayani dengan baik akan memicu meningkatnya kepuasan pelanggan karena terpenuhinya harapan yang mereka inginkan. Hal ini sesuai dengan teori dari Mahmudin (2022) yang menyatakan bahwa baik atau buruknya kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan dan karyawannya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitri (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Tyas Farma Kasang Pudak Muaro Jambi. Hal ini sejalan dengan penelitian Santoso, Handoko dan Agustina (2023) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Sidodadi Medika Banjaran. Selain itu, penelitian ini diperkuat dengan

penelitian Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar.

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap produk yang ditawarkan di Apotek Sehat Farma, maka pelanggan akan semakin puas.

Berdasarkan penelitian, variabel kelengkapan produk dibentuk oleh variasi kelengkapan produk, variasi merek produk, variasi ukuran produk, dan variasi kualitas produk. Di mana variasi kualitas produk merupakan indikator paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa variasi kualitas produk yang mencakup kemasan produk, label, ketahanan produk, manfaat produk serta pilihan tingkatan kualitas produk yang ditawarkan oleh Apotek Sehat Farma menjadi faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kelengkapan produk merupakan variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Semakin banyak variasi produk yang tersedia di Apotek Sehat Farma, maka kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi sesuai dengan harapan mereka, sehingga akan memicu kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori dalam penelitian Efendi (2018) yang menyatakan bahwa semakin lengkap sebuah perusahaan mampu menyediakan produk maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga kepuasan konsumen akan meningkat.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Artawan, Kusuma dan Jodi (2022) yang menyimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Indiani, Pusparini dan Wijaya (2024) yang menyimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotekku di Tabanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan karyawan serta semakin banyak variasi produk yang dijual di Apotek Sehat Farma maka kedua faktor tersebut secara bersama-sama akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan.

Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dan kelengkapan produk, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Apabila kepuasan yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka pelanggan akan tertarik untuk melakukan pembelian ulang atau bahkan merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan teori dalam penelitian Wijayarsi

dan Mahfudz (2018) bahwa pelanggan yang merasa puas akan memberikan dampak positif kepada pelaku usaha seperti memiliki ketertarikan untuk membeli kembali. Menurut Mahmudin (2022) kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan, dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan membentuk citra yang baik bagi perusahaan dimata pelanggan, serta terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

Berdasarkan penelitian, variabel kepuasan pelanggan dibentuk oleh minat pembelian ulang, kesesuaian harapan dan kesediaan merekomendasikan. Minat pembelian ulang berkaitan dengan kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali produk atau layanan di masa depan. Kesesuaian harapan mengacu pada tingkat kesesuaian antara pengalaman pelanggan dengan ekspektasi mereka terhadap produk atau layanan. Kesediaan merekomendasikan menunjukkan seberapa besar kemungkinan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan tingkat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sebesar 0,615. Hal ini dapat diartikan, bahwa variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61,5% di mana sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indiani, Pusparini dan Wijaya (2024) bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotekku di Tabanan. Selain itu, penelitian ini didukung oleh penelitian Yuliani, Ganie dan Nurhidayati (2023) bahwa keberagaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Kanindianra Lestari di Tanjung Redeb.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).
2. Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).
3. Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut).

Saran

Saran Teoritis

1. Bagi akademik diharapkan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap peningkatan kepuasan pelanggan sehingga hasil yang didapatkan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini guna mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Apotek Sehat Farma Sungai Lulut. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan metode yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih optimal.
3. Peneliti menyadari bahwa referensi dan sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini masih kurang. Oleh sebab itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mencari referensi terbaru serta memperbanyak referensi dan sumber-sumber terkait dengan permasalahan yang diangkat.

Saran Praktis

1. Bagi konsumen diharapkan untuk memberi saran atau masukan apabila pelayanan yang diberikan Apotek Sehat Farma tidak sesuai harapan maupun apabila produk farmasi (obat-obatan dan alat kesehatan) yang dicari tidak tersedia atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Saran bagi Apotek Sehat Farma, diantaranya:
 - a. Terkait dengan kualitas pelayanan, disarankan untuk memperhatikan penampilan dan fasilitas apotek seperti menyediakan layanan pembayaran non tunai agar meningkatkan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.
 - b. Terkait dengan kelengkapan produk, disarankan untuk menambah variasi jenis produk yang dijual dan memastikan stok produk selalu tersedia di apotek setiap saat agar pelanggan memiliki banyak pilihan dalam membeli produk farmasi (obat-obatan dan alat kesehatan) sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
 - c. Terkait dengan kepuasan pelanggan, disarankan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi kenyamanan fasilitas yang diberikan, kemampuan dan keterampilan karyawan, ketanggapan dalam pelayanan, dan sikap karyawan terhadap pasien. Serta meningkatkan kelengkapan produk baik dari segi jenis produk, ketersediaan atau stok produk, merek produk, ukuran produk dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiannor, A. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Konsumen: Literatur Review. *Ekodestinasia*, 2(2), 128-137.
- Artawan, I. D., Kusuma, I. E., & Jodi, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Indra Denpasar. *VALUES*, 3(3) 691-702.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Gava Media.
- Efendi, W. D. (2018). *Pengaruh Variasi Produk, Kemasan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina di Mini Market Wilayah Kota Kediri*. Kediri. (Skripsi Sarjana, Universitas Nusantara PGRI). <http://simki.unpkediri.ac.id/detail/13.1.02.02.0586>

- Fatimah, M., Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2023). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION MUSLIMAH (Studi kasus pada Suna Gallery Banjarmasin). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-12.
- Fitri, Annisa. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Tyas Farma Kasang Pudak Muaro Jambi*. (Skripsi Sarjana, Universitas Batanghari Jambi). <http://repository.unbari.ac.id/1128>
- Indiani, N. P., Pusparini, N. N., & Wijaya, B. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128-137.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1&2)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mahmudin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart di Lebak. *Islamic Economics and Business Studies*, 5(1), 22-41.
- Menteri Kesehatan RI. (2017). Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek.
- Novita, E. S. (2020). Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1-11.
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang RI Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- Santoso, M. B., Handoko, Y., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Sidodadi Medika di Banjaran Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *CAKRAWALA*, 6(6), 2354-2364.
- Sinaga, C. R., & Leswana, N. F. (2022). Evaluasi Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek X. *Journal of Pharmaceutical and Sciences (JPS)*, 5(1), 94-100.
- Suroso, I., Deni, M., Tulip, A., Avini, V., & Bangsawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Fathurrahman di Kayuagung. *Jurnal Ekonomi Bisnis (EKOBIS)*, 5(2), 42-50.
- Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2024). Strategi Pemasaran Pariwisata Perkotaan: Literature Review.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1-9.



Yuliani, M., Ganie, D., & Nurhidayati, S. (2023). Pengaruh Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Kanindianra Lestari di Tanjung Redeb. *CAM Journal*, 1-18.