

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI APOTEK INDRA DENPASAR

I Made Bayu Dwika Artawan ¹⁾, I Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja Kusuma ²⁾, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi ³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: bayudwika@gmail.com

ABSTRACT

The state of the pharmaceutical industry in Denpasar City is currently growing rapidly. Pharmacies with low competitiveness face tough challenges in the pharmaceutical industry. This is because the number of pharmacies that are established and close together makes conditions increasingly unfavorable for business development. With the rapid growth of the pharmaceutical industry, the owners and managers of these pharmaceutical businesses must rack their brains to increase competitiveness in order to survive. In improving business development, it is important for pharmacies to provide good pharmaceutical services for customers. This research was conducted with the aim of knowing the effect of service quality and product diversity on customer satisfaction at Apotek Indra Denpasar.

The research population is customers who visit the Indra Denpasar Pharmacy. The sample in this study was 160 respondents who were determined based on the purposive sampling method. The analytical technique used in this research is multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that service quality and product diversity have a positive effect on customer satisfaction at Apotek Indra Denpasar.

Keywords: *customer satisfaction, service quality, product diversity, Apotek Indra*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba meningkatkan daya saingnya agar bisa bersaing dengan kompetitor. Globalisasi ini adalah faktor utama yang menciptakan atau meningkatkan permintaan akan barang dan jasa eceran. Oleh karena itu, banyak peritel besar yang mencermati perkembangan globalisasi, terutama perkembangan yang berdampak pada kehidupan masyarakat. Agar dapat berhasil dalam persaingan, perusahaan harus memenuhi persyaratan untuk mempertahankan pelanggan dengan menerapkan pelayanan yang baik dan dengan membangun citra yang baik di hati konsumen, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan untuk mencapai tujuan tersebut.

Keadaan industri farmasi di Kota Denpasar saat ini berkembang pesat.

Apotek dengan daya saing rendah menghadapi tantangan berat dalam industri farmasi. Hal ini dikarenakan banyaknya apotek yang didirikan dan berdekatan membuat kondisi semakin tidak menguntungkan bagi perkembangan usaha. Dengan pesatnya pertumbuhan industri farmasi, para pemilik dan pengelola usaha farmasi ini harus memutar otak untuk meningkatkan daya saing agar dapat bertahan, terutama perusahaan yang tidak memiliki bentuk kerjasama apapun, misalnya bekerja dengan Dokter atau BPJS Kesehatan. Dalam meningkatkan perkembangan usaha maka pentingnya apotek memberikan pelayanan farmasi yang baik untuk pelanggan.

Salah satu apotek di Kota Denpasar yang ikut dalam persaingan industri farmasi adalah Apotek Indra. Apotek Indra berlokasi di Jalan Kemuda No. 8 Kelurahan

Tonja Kota Denpasar Utara. Apotek Indra sudah berdiri sejak tahun 2012 dan pemiliknya adalah Ir. I Made Supartha. Apotek Indra Denpasar sebagai salah satu dari pelaku bisnis farmasi ini berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan, melalui penjualan obat-obatan baik yang dijual dengan resep maupun tanpa resep dan berusaha menyediakan produk obat yang beragam di apotek. Apotek Indra dilengkapi praktik dokter umum, praktik dokter gigi dan fisioterapi yang membantu meningkatkan penjualan di Apotek Indra. Jumlah penjualan Apotek Indra pada tahun 2020 rata-rata lebih banyak mengalami penurunan penjualan dibandingkan kenaikan penjualan, data penjualan yang diperoleh dari pemilik Apotek Indra bisa dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Pendapatan Penjualan Apotek Indra Denpasar pada Tahun 2020

| No. | Bulan | Jumlah Penjualan |
|-----|------------------------|-----------------------|
| 1 | Januari | Rp 81.780.000 |
| 2 | Februari | Rp 73.299.000 |
| 3 | Maret | Rp 89.531.500 |
| 4 | April | Rp 79.043.500 |
| 5 | Mei | Rp 63.692.500 |
| 6 | Juni | Rp 63.419.000 |
| 7 | Juli | Rp 62.934.500 |
| 8 | Agustus | Rp 72.355.000 |
| 9 | September | Rp 75.975.000 |
| 10 | Oktober | Rp 65.467.500 |
| 11 | November | Rp 62.427.500 |
| 12 | Desember | Rp 61.365.000 |
| | Total Penjualan | Rp 851.290.000 |

Sumber: Apotek Indra Denpasar (2020)

Berdasarkan data Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa penjualan tertinggi berada di bulan Maret 2020 sebesar Rp. 89.531.500. Setelah itu, penjualan mulai tidak stabil, sehingga menyebabkan rata-rata penjualan mengalami penurunan. Penjualan paling rendah pada bulan Desember 2020 sebesar Rp. 61.365.000.

Hasil wawancara peneliti dengan karyawan Apotek Indra terdapat masih

banyak masalah – masalah yang harus diselesaikan terutama dalam masalah pelayanan yaitu adanya pelanggan Apotek Indra yang menyampaikan keluhan secara langsung melalui karyawan Apotek Indra yang rata-rata jumlah keluhannya 33 kali dalam sebulan. Masalah pelayanan yang dikeluhkan pelanggan kepada karyawan apotek diantaranya pelanggan mengeluh karyawan kurang cepat dalam mengambil obat untuk pelanggan, pelanggan merasa cukup lama mengantri karena karyawan kurang cepat dalam melayani pelanggan, pelanggan mengeluhkan kurangnya informasi yang jelas diberikan dalam pemberian obat dan pelanggan mengeluhkan karyawan kurang mengetahui fungsi obat yang ditanyakan pelanggan. Upaya karyawan Apotek Indra untuk mengurangi keluhan pelanggan mengenai pelayanan adalah dengan menanggapi keluhan dan memperbaiki kualitas pelayanan selanjutnya.

Masalah lainnya yang harus diselesaikan terutama dalam keragaman produk obat di Apotek Indra yang berdampak pada penurunan penjualan. Masalah keragaman produk yang dikeluhkan pelanggan diantaranya adanya pelanggan yang komplain saat berbelanja di apotek sudah menunggu cukup lama mengantri tetapi obat yang ingin di beli tidak tersedia di apotek, pelanggan komplain obat yang di jual di apotek kurang lengkap sehingga kurangnya pilihan obat yang dibeli, pelanggan mengeluhkan kurang beragamnya merk obat yang tersedia, pelanggan mengeluhkan kurang beragamnya ukuran jenis obat atau produk yang tersedia dan pelanggan mengeluhkan stok obat/produk yang dijual dan obat yang ingin dibeli pelanggan kosong secara terus menerus. Upaya karyawan apotek indra dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan memperhatikan stok obat/produk yang tersedia dan berusaha menambah ragam obat/produk yang dicari pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi

di Apotek Indra adalah kurang optimalnya kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan dan kurang beragamnya produk obat yang dijual di Apotek Indra. Hal itulah yang membuat pentingnya dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk di apotek dan peneliti memilih Apotek Indra sebagai tempat dilakukannya penelitian.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita (2017) yang melakukan penelitian tentang pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dyah (2017) yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, atmosfer toko, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita dan Selfi (2017) yang melakukan penelitian tentang pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fandi dan Karti (2020) yang meneliti tentang pengaruh keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena-fenomena permasalahan dan hasil penelitian terdahulu yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap**

Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar?

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Grand Theory yang mendasari penelitian ini adalah *The Expectancy Disconfirmation Model*. Menurut Mowen dan Minor (1998), kepuasan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap para konsumen terhadap barang atau jasa setelah diperoleh atau digunakan. Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*) adalah teori yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen, yaitu merupakan dampak perbandingan harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan kinerja yang sesungguhnya yang diperoleh konsumen (Sudaryono, 2016:80). Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *The Expectancy Disconfirmation Model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Gambar 1
Model-model diskonfirmasi harapan dari kepuasan dan ketidakpuasan



Sumber: (Mowen Minor, figure 13-5, hal : 424, 1998)

2.2 Identifikasi variabel, dimensi dan indikator

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan Apotek Indra Denpasar yang dirasakannya terdiri dari lima (5) dimensi yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) sebagai berikut:

a) Bukti Langsung (*Tangible*) (X1.1), yaitu kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Apotek Indra dari segi penampilan yang berhubungan dengan lingkungan fisik. Terdiri dari 4 indikator yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* (1988) yaitu:

- 1) Memiliki peralatan yang terlihat seperti modern (X1.1.1) adalah persepsi pelanggan mengenai fasilitas alat kesehatan yang dimiliki Apotek Indra modern dan terbaru.
- 2) Daya tarik fasilitas fisik secara visual (X1.1.2) adalah persepsi pelanggan mengenai fasilitas fisik Apotek Indra memiliki daya tarik secara visual.
- 3) Karyawan tampil bersih (X1.1.3) adalah persepsi pelanggan mengenai penampilan karyawan Apotek Indra yang bersih dan rapi.
- 4) Daya tarik secara visual materi yang terkait dengan layanan (seperti pamflet atau pernyataan) (X1.1.4) adalah persepsi pelanggan mengenai materi terkait layanan yang dimiliki Apotek Indra memiliki daya tarik secara visual.

b) Keandalan (*Reliability*) (X1.2), yaitu kemampuan Apotek Indra dalam memberikan pelayanan yang dapat diandalkan, tepat dan

dipercaya. Terdiri dari 5 indikator yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* (1988) yaitu:

- 1) Melakukan sesuatu sesuai dengan waktu tertentu yang dijanjikan (X1.2.1) adalah persepsi pelanggan mengenai ketepatan waktu yang diberikan karyawan Apotek Indra saat melayani pelanggannya sesuai waktu yang dijanjikannya.
 - 2) Menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya (X1.2.2) adalah persepsi pelanggan mengenai minat tulus karyawan Apotek Indra dalam melayani pelanggannya.
 - 3) Melakukan layanan dengan benar pertama kali (X1.2.3) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang melayani pelanggan dengan benar.
 - 4) Menyediakan layanannya pada waktu yang dijanjikan (X1.2.4) adalah persepsi pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan Apotek Indra sesuai waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
 - 5) Melakukan layanan bebas kesalahan (X1.2.5) adalah persepsi pelanggan mengenai pelayanan Apotek Indra yang diberikan bebas dari kesalahan.
- c) Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X1.3), yaitu ketanggapan Apotek Indra dalam memberikan pelayanan dengan cepat membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Terdiri dari 4 indikator yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* (1988) yaitu:
- 1) Petugas memberitahu anda dengan tepat kapan layanan akan dilakukan (X1.3.1) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang memberikan informasi dengan tepat kapan pelayanan mereka akan dilakukan.

- 2) Petugas memberi anda layanan yang cepat (X1.3.2) adalah persepsi pelanggan mengenai kecepatan pelayanan yang dilakukan karyawan Apotek Indra kepada pelanggannya.
 - 3) Petugas sangat baik akan selalu bersedia membantu pelanggan (X1.3.3) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang selalu bersedia membantu pelanggan.
 - 4) Petugas tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan (X1.3.4) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang tidak terlalu sibuk dan selalu bisa menanggapi permintaan pelanggan.
- d) Jaminan (*Assurance*) (X1.4), yaitu perilaku para karyawan di Apotek Indra yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Terdiri dari 4 indikator yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* (1988) yaitu:
- 1) Perilaku karyawan menanamkan kepercayaan pada pelanggan (X1.4.1) adalah persepsi pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan karyawan Apotek Indra yang menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.
 - 2) Perasaan aman dalam bertransaksi (X1.4.2) adalah persepsi pelanggan mengenai keamanan pelanggan saat melakukan transaksi pembelian produk kesehatan atau obat di Apotek Indra.
 - 3) Petugas secara konsisten bersikap sopan (X1.4.3) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang selalu bersikap sopan dalam melayani pelanggan.
 - 4) Petugas memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan (X1.4.4) adalah persepsi pelanggan mengenai pengetahuan yang dimiliki karyawan Apotek Indra bisa menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan.
- e) Empati (*Empathy*) (X1.5), yaitu kemampuan Apotek Indra dalam memberikan pelayanan dan perhatian secara personal memahami masalah para pelanggannya. Terdiri dari 5 indikator yang diadaptasi dari Parasuraman, *et al.* (1988) yaitu:
- 1) Perusahaan memberikan perhatian kepada pribadi pelanggan (X1.5.1) adalah persepsi pelanggan mengenai Apotek Indra yang memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
 - 2) Perusahaan memiliki jam operasional yang nyaman bagi semua pelanggannya (X1.5.2) adalah persepsi pelanggan mengenai jam operasional Apotek Indra yang nyaman bagi semua pelanggannya.
 - 3) Perusahaan memiliki karyawan yang memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan (X1.5.3) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang memberikan perhatian pribadi kepada pelanggannya.
 - 4) Perusahaan memiliki minat terbaik untuk pelanggan (X1.5.4) adalah persepsi pelanggan mengenai Apotek Indra yang selalu memiliki minat memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya.
 - 5) Petugas perusahaan memahami kebutuhan spesifik pelanggan (X1.5.5) adalah persepsi pelanggan mengenai karyawan Apotek Indra yang mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggannya.

2. Keragaman Produk (X2)

Keragaman produk adalah persepsi pelanggan terkait dengan keragaman produk yang tersedia di

Apotek Indra Denpasar terdiri dari empat (4) indikator yang diadaptasi dari Utami (2017:116) sebagai berikut:

- 1) Kelengkapan produk (X2.1) adalah persepsi pelanggan terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual di Apotek Indra cukup lengkap.
- 2) Merek produk (X2.2) adalah persepsi pelanggan terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual dan ditawarkan di Apotek Indra memiliki jenis merk produk yang berbeda-beda.
- 3) Variasi ukuran produk (X2.3) adalah persepsi pelanggan terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual di Apotek Indra memiliki berbagai macam ukuran yang tersedia.
- 4) Variasi kualitas produk (X2.4) adalah persepsi pelanggan terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual di Apotek Indra memiliki standar kualitas umum yang berkaitan dengan kemasan produk yang baik, label produk yang jelas, ketahanan suatu produk, jaminan suatu produk dan bagaimana produk memberikan manfaat bagi pelanggan.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan terkait dengan kepuasan yang diterima pelanggan saat berbelanja di Apotek Indra Denpasar atas pelayanan dan produk yang diberikan. Terdiri dari enam (6) indikator yang diadaptasi dari Espejel, *et al.*, dalam Khemchotigoon (2014) sebagai berikut:

- 1) Kepuasan pada produk yang bersangkutan (Y1) adalah persepsi pelanggan mengenai kepuasan pelanggan terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual di Apotek Indra.
- 2) Kepuasan pada layanan penjualan produk yang bersangkutan (Y2) adalah persepsi pelanggan

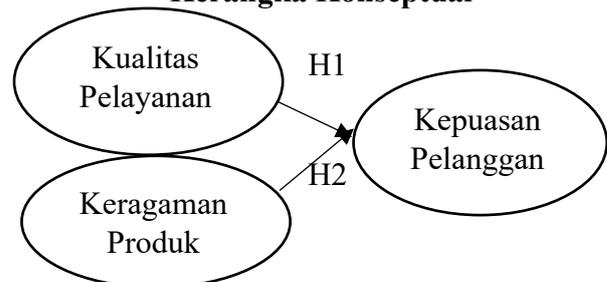
mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan saat berbelanja produk kesehatan atau obat di Apotek Indra.

- 3) Kepuasan pada toko tempat menjual produk yang bersangkutan (Y3) adalah persepsi pelanggan mengenai kepuasan pelanggan terhadap Apotek Indra tempat yang menjual produk kesehatan atau obat.
- 4) Kesenangan pada produk yang bersangkutan (Y4) adalah persepsi pelanggan mengenai perasaan senang pelanggan menggunakan produk kesehatan atau obat yang dijual Apotek Indra.
- 5) Rasa lebih suka pada produk yang bersangkutan (Y5) adalah persepsi pelanggan mengenai perasaan lebih suka terhadap produk kesehatan atau obat yang dijual Apotek Indra dibandingkan dengan tempat lainnya.
- 6) Pengalaman yang memuaskan ketika memakai produk yang bersangkutan (Y6) adalah persepsi pelanggan terhadap pengalaman memuaskan yang didapatkan ketika memakai produk kesehatan atau obat yang dijual Apotek Indra.

III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

Gambar 2
Kerangka Konseptual



3.2 Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, sehingga kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Mulyapradana, dkk. (2020), Khairusy (2020), Maryati (2020), Sunarsi (2020), serta Hartadi (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek Indra.

2. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Keragaman produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman produk yang lengkap akan mendorong kepuasan pelanggan dalam menentukan pilihan produk yang tersedia. Penelitian yang dilakukan Yanto (2020), Margiyatni (2020), Hikmah (2021), Isnaini (2020), serta Ermia (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek Indra.

IV METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah Apotek Indra Denpasar yang beralamat di Jalan Kemuda No. 8, Kelurahan Tonja, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar. Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan keragaman produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di

Apotek Indra Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Apotek Indra Denpasar. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria pelanggan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Indra yang memiliki frekuensi berkunjung lebih dari 2 kali, baik laki-laki atau pun perempuan yang berusia minimal 17 tahun. Untuk menentukan sampel, jumlah sampel yang baik menggunakan rumus jumlah total item indikator dikali lima = $(22+4+6) \times 5 =$

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standard ized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 0.422 | 0.607 | | 0.694 | 0.489 |
| | X1 | 0.191 | 0.020 | 0.682 | 9.375 | 0.000 |
| | X2 | 0.405 | 0.107 | 0.276 | 3.796 | 0.000 |
| | R | 0.945 | | | | |
| | Adjusted R Square | 0.892 | | | | |
| | F | 654.802 | | | | |
| | Sig. F | 0.000 | | | | |

160. Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 160 responden.

V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan keragaman produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Apotek Indra Denpasar. Adapun rangkuman dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 2 di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,422 + 0,191X_1 + 0,405X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Keragaman Produk

Berdasarkan model regresi berganda yang terbentuk, dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut:

1) Konstanta

Nilai konstanta diperoleh sebesar 0,422 artinya apabila kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan keragaman produk dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,422.

2) Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,191 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila kualitas pelayanan naik satu-satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,191 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu keragaman produk konstan.

3) Keragaman Produk

Nilai koefisien untuk variabel keragaman produk sebesar 0,405 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila keragaman produk naik satu-satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,405 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu kualitas pelayanan konstan.

5.2 Uji t (t-test)

1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki

nilai t hitung sebesar 9,375 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H₁ diterima.

2) Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan variabel keragaman produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,796 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H₂ diterima.

5.3 Pembahasan

Analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresi linear antara kualitas pelayanan (X₁) dan keragaman produk (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Apotek Indra Denpasar, ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk.

Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 9,375 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek Indra, sehingga H₁ diterima. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Indra, maka kepuasan pelanggan pun akan ikut meningkat. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, tentu saja pelanggan akan merasa tidak puas.

Hasil pengujian menunjukkan variabel keragaman produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,796 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Apotek Indra, sehingga H₂ diterima. Semakin

bervariasi produk yang dijual di Apotek Indra, maka pelanggan akan semakin puas. Sebaliknya, apabila produk yang dijual jenisnya terbatas; maka pelanggan akan merasa kurang puas.

VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar.
2. Keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar.

6.2 Saran

1. Terkait kualitas pelayanan, saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak Apotek Indra Denpasar harus memperbaiki fasilitas alat kesehatan yang dimilikinya karena saat ini alat kesehatan yang dimiliki Apotek Indra sudah ketinggalan zaman. Pentingnya memperbaiki fasilitas alat kesehatan merupakan salah satu bentuk peningkatan kualitas pelayanan Apotek Indra, dimana hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.
2. Terkait dengan keragaman produk, saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak Apotek Indra Denpasar segera menambah ragam produk yang dijual, sehingga pelanggan akan merasa puas berbelanja di Apotek Indra karena produk yang ada cukup lengkap. Banyaknya jenis produk yang dijual akan meningkat kepuasan pelanggan. Jika produk yang dijual beragam, maka pelanggan akan senantiasa untuk membeli kembali produk kesehatan atau obat di Apotek Indra daripada di apotek lain.
3. Terkait dengan kepuasan pelanggan, saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak Apotek Indra Denpasar dapat menciptakan suasana yang nyaman dengan senantiasa menjaga kebersihan Apotek Indra, sehingga pelanggan yang datang akan merasa

senang ketika berbelanja di Apotek Indra Denpasar. Selain itu, adanya peningkatan kualitas pelayanan dan keragaman produk yang dijual pun harus ditingkatkan, demi menjaga kepuasan pelanggan.

4. Berdasarkan hasil rata-rata skor total pada seluruh variabel, keragaman produk memiliki rata-rata skor total paling tinggi dibandingkan variabel lainnya. Hal ini berarti keragaman produk pada Apotek Indra Denpasar paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Saran yang dapat diberikan peneliti berikan kepada manajemen Apotek Indra yaitu Apotek Indra harus mengutamakan dan menambah keragaman produk/variasi produk yang dijual di Apotek sehingga pelanggan akan memiliki banyak pilihan dalam berbelanja obat/produk kesehatan dan pelanggan merasa puas berbelanja di Apotek Indra karena produk yang ada cukup lengkap. Jika produk yang dijual semakin beragam, maka pelanggan akan senantiasa untuk datang kembali berbelanja produk kesehatan atau obat di Apotek Indra. Walaupun rata-rata skor total kualitas pelayanan lebih kecil dibandingkan keragaman produk, kualitas pelayanan tentu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apotek Indra harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja ke Apotek Indra.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, M., Ary, D. A., dan Harnoto.2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Skripsi*. Politeknik Pusmanu Pekalongan.
- Basu, S. D., dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Christina, W. U. 2017. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat

- Dedi, Hidayat. 2017. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pengunjung di Gembira Loka. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.
- Dianita, R. P. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kefarmasian terhadap Kepuasan, Kepercayaan, & Loyalitas Konsumen Apotek. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Dyah, A. R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko, dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Galeri Smartfren cabang Nganjuk. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Elsa, L. P. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti Yulia Bakery Kota Kediri. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Espejel, J., Fandos, C., dan Flavián, C. 2008. Consumer satisfaction: A key factor of consumer loyalty and buying intention of a PDO food product. *British Food Journal Bradford, Vol. 110*.
- Fandi, A., & Kartin, A. 2020. Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima.
- Fandy, T., dan Gregorius, C. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, T., dan Gregorius, C. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandy, T., dan Gregorius, C. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandy, T., dan Gregorius, C. 2017. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandy, T., Yamto, C., dan Anastasia, D. 2004. *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendro, Y., & Syamswana, Y. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Ilmi, F., & Susanto, N. A. 2017. Tingkat Kepuasan Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Buring Farma Kota Malang. *Diploma thesis*. Akademi Farmasi Putera Indonesia Malang.
- Isnaeni Pamilih. 2020. Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Khemchotigoon, Y., 2014. The relationship between consumer animosity, marketing mix, perceived product quality, consumer satisfaction and intention to purchase of consumer behavior. *In International Conference on Trends in Multidisciplinary Business and Economics Research (Vol. 27, p. 28)*.

- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. *Marketing Management, Thirteenth Edition*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management. Edisi 15*. Global Edition Pearson.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15*. Global Edition. Pearson.
- Margiyatni, R. 2020. Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Paperclip. Skripsi. Universitas Krisnadwipayana
- Maryati. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Sumber Rezeki Singaparna). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
- Mirza Abdi Khairusy. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya
- Mowen, J. C., dan Michael, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C., dan Minor, M. S. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: Mc Graw-Hill Companies.
- Mulyapradana, dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. Skripsi. Politeknik Pusmanu Pekalongan.
- Ndaru Anisa Ermia. 2019. Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Sports Station (Studi Pada Sports Station Jl. M.T Haryono Kota Malang). Skripsi. Politeknik Negeri Malang.
- Normasari, Selvy. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 2*.
- Novi Wahyu Worodiyanti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang. Skripsi. Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya.
- Novita, Ela. S. 2017. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Novita, S., & Selfi, S. 2017. Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Priansa, D., J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Raden, G. M. P. A. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Viva Health di Surabaya. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Randall, Taylor. 2018. *Satisfaction, A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill. Companies Inc.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Solomon, M. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Vivian, A., & Handoyo, D. W. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th edition* Boston: Mc.Graw-Hill..