



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 23972-23983

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Bella Surabaya

Erina Rizky Nur Fadillah<sup>1</sup>, Iswati<sup>2</sup>, Eny Sulistyowati<sup>3</sup>

Progam Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

<sup>1</sup>[erinarsky6@gmail.com](mailto:erinarsky6@gmail.com), <sup>2</sup>[iswatiibmt@gmail.com](mailto:iswatiibmt@gmail.com), <sup>3</sup>[enysulistyowati7171@gmail.com](mailto:enysulistyowati7171@gmail.com)\*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Bella Surabaya di tengah persaingan usaha farmasi yang semakin kompetitif. Latar belakang penelitian didasarkan pada masih ditemukannya keluhan pelanggan mengenai waktu antrean pelayanan, kebutuhan informasi obat yang lebih lengkap, serta persepsi terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Apotek Bella Surabaya dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel menggunakan teknik **accidental sampling**. Sebanyak 140 responden dipilih sebagai sampel penelitian melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 4,513 dan harga sebesar 4,198 dengan tingkat signifikansi 0,001 ( $<0,05$ ). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 1256,233 dan signifikansi 0,001. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,944 menunjukkan bahwa 94,4% variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 5,6% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Apotek Bella Surabaya.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Apotek Bella Surabaya

### 1. Latar Belakang

Perkembangan industri farmasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan. Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap obat-obatan, vitamin, suplemen kesehatan, dan berbagai produk kesehatan lainnya mendorong bertambahnya jumlah apotek yang beroperasi di berbagai daerah, termasuk di Kota Surabaya. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar apotek semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha farmasi dituntut untuk mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, apotek tidak hanya dituntut menyediakan produk yang lengkap, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Kepuasan pelanggan dapat tercipta apabila produk dan pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian ulang, memiliki loyalitas yang tinggi, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan lebih mudah beralih kepada pesaing dan berpotensi memberikan informasi negatif mengenai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama kualitas pelayanan dan harga.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam konteks apotek, kualitas pelayanan mencakup kecepatan pelayanan, ketepatan dalam memberikan obat, keramahan karyawan, kemampuan memberikan informasi mengenai penggunaan obat, serta kenyamanan fasilitas yang tersedia. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memuaskan dapat menimbulkan keluhan dan mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap apotek.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan oleh pelanggan dalam melakukan pembelian. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan memberikan nilai positif bagi pelanggan. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan apotek lain untuk produk yang sama, maka pelanggan dapat merasa kurang puas dan berpotensi beralih ke pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan strategi harga yang kompetitif agar mampu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Apotek Bella Surabaya merupakan salah satu apotek yang menyediakan berbagai kebutuhan kesehatan masyarakat, mulai dari obat-obatan, vitamin, suplemen kesehatan, hingga produk farmasi lainnya. Dalam menjalankan usahanya, Apotek Bella berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan melalui penyediaan produk yang lengkap, pelayanan yang ramah, serta program diskon bagi pelanggan tetap yang melakukan pembelian obat secara rutin setiap bulan. Program diskon tersebut diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan loyal sekaligus sebagai strategi untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Meskipun demikian, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di Apotek Bella Surabaya, masih ditemukan beberapa permasalahan yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pada jam-jam tertentu ketika jumlah pengunjung meningkat, pelanggan harus menunggu antrean pelayanan yang relatif lama sebelum mendapatkan pelayanan atau melakukan transaksi pembelian. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelanggan merasa kurang nyaman karena waktu pelayanan yang diterima belum sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, terdapat pelanggan yang mengharapkan informasi yang lebih lengkap mengenai penggunaan obat, dosis, maupun alternatif produk yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan mereka.

Permasalahan lainnya berkaitan dengan aspek harga. Berdasarkan hasil observasi awal dan beberapa tanggapan pelanggan, terdapat persepsi bahwa harga beberapa produk kesehatan di Apotek Bella masih dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh apotek pesaing di sekitar lokasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelanggan memiliki tingkat sensitivitas yang cukup tinggi terhadap harga sehingga penetapan harga yang kompetitif menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, meskipun Apotek Bella telah menerapkan program diskon bagi pelanggan tetap, perusahaan tetap perlu memperhatikan kesesuaian harga dengan harapan pelanggan dan kondisi pasar.

Selain hasil observasi awal, beberapa ulasan dan review pelanggan menunjukkan adanya penilaian yang beragam terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sebagian pelanggan memberikan tanggapan positif terkait keramahan karyawan, ketersediaan produk, dan program diskon yang diberikan kepada pelanggan tetap. Namun, terdapat pula pelanggan yang menyampaikan keluhan mengenai lamanya antrean pelayanan pada waktu tertentu serta keinginan agar proses pelayanan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan sebagian pelanggan, sehingga perlu dilakukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Apotek Bella Surabaya. Pelanggan tidak hanya menginginkan harga yang terjangkau, tetapi juga mengharapkan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional. Apabila kedua faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka pelanggan akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan belum optimal atau harga yang ditawarkan dianggap kurang kompetitif dibandingkan pesaing, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan melalui observasi awal, keluhan pelanggan terkait antrean pelayanan yang relatif lama, perbandingan harga dengan apotek pesaing, serta adanya berbagai review pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan harga di Apotek Bella Surabaya, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak Apotek Bella dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menyempurnakan strategi harga, serta mempertahankan program loyalitas pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Bella Surabaya."

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bella Surabaya. Variabel independen terdiri atas kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan Apotek Bella Surabaya,

namun jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga termasuk kategori unknown population. Oleh karena itu, penentuan sampel mengacu pada rumus Lemeshow dan ketentuan Hair et al. (2017), dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling melalui metode accidental sampling, yaitu memilih pelanggan yang datang selama periode penelitian dan bersedia mengisi kuesioner (Sugiyono, 2017). Penelitian dilaksanakan di Apotek Bella Surabaya, Jalan Raya Karang Asem No. 2A, Surabaya, pada Maret–Mei 2026. Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert empat poin, terdiri atas kategori sangat setuju hingga sangat tidak setuju (Sugiyono, 2020). Indikator kualitas pelayanan mengacu pada dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance (Tjiptono, 2020). Variabel harga diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, serta kesesuaian manfaat dengan harga (Kotler & Armstrong, 2018). Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai produk, loyalitas pelanggan, serta reputasi perusahaan (Sugiyono, 2019). Data yang digunakan meliputi data primer dari penyebaran kuesioner kepada responden dan data sekunder yang diperoleh dari literatur, buku, maupun dokumen pendukung (Sugiyono, 2017). Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS melalui statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t, dan uji F. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, sedangkan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha  $>0,60$ . Pengujian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi 5% untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sesuai tujuan penelitian (Ghozali, 2018).

### **3. Hasil dan Diskusi**

#### **1) Deskripsi Umum Objek Penelitian**

Apotek Bella Surabaya merupakan apotek yang berdiri sejak tahun 2000 di Jalan Raya Karang Asem No. 2A, Surabaya, dengan fokus menyediakan pelayanan kefarmasian yang mudah dijangkau, aman, dan terpercaya. Seiring perkembangan kebutuhan masyarakat, apotek terus meningkatkan mutu layanan melalui penjualan obat, peracikan, pengkajian resep, konseling, dan penyediaan informasi obat yang akurat. Didukung tenaga kefarmasian yang kompeten, Apotek Bella berkomitmen memberikan pelayanan profesional untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas kesehatan masyarakat. Visi perusahaan adalah menjadi apotek unggul, terpercaya, dan profesional, sedangkan misinya menekankan pelayanan berkualitas, ketersediaan obat, keselamatan pasien, pengembangan SDM, serta peningkatan hubungan dengan masyarakat.

#### **2) Uji Deskriptif**

Sebanyak 140 responden berpartisipasi dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form kepada pelanggan Apotek Bella Surabaya. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan usia, domisili, dan frekuensi pembelian untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelanggan penelitian.

Berdasarkan usia, responden didominasi kelompok 20–30 tahun sebanyak 72 orang (52,3%), sedangkan kelompok usia 30–50 tahun berjumlah 68 orang (47,7%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa pelanggan dewasa muda menjadi segmen terbesar yang melakukan pembelian di Apotek Bella Surabaya, meskipun perbedaannya relatif kecil dibandingkan kelompok usia yang lebih tua.

Ditinjau dari domisili, sebanyak 136 responden (98,2%) berasal dari Surabaya dan hanya 4 responden (1,8%) berasal dari luar Surabaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa pangsa pasar Apotek Bella masih didominasi masyarakat lokal sehingga jangkauan pelayanannya berfokus pada pelanggan di wilayah Surabaya.

Berdasarkan frekuensi pembelian, mayoritas responden telah berbelanja sebanyak 2–5 kali, yaitu 69 orang (50,3%), diikuti pelanggan yang berbelanja lebih dari lima kali sebanyak 57 orang (40,5%), sedangkan pembelian satu kali hanya 14 orang (9,2%). Hasil ini menunjukkan kecenderungan pembelian ulang yang mencerminkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan terhadap produk dan pelayanan Apotek Bella Surabaya.

#### **3) Profil Persepsi Responden**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 140 responden, persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan di Apotek Bella Surabaya menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Mayoritas responden memberikan jawaban Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) pada seluruh indikator, sedangkan tanggapan Tidak Setuju (TS) maupun Sangat Tidak Setuju (STS) hampir tidak ditemukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki penilaian yang baik terhadap pelayanan dan harga yang diberikan, sehingga mampu membentuk tingkat kepuasan yang tinggi.

Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance, seluruh indikator memperoleh respons positif. Total jawaban

menunjukkan 760 responden memilih Sangat Setuju dan 747 memilih Setuju, tanpa adanya jawaban Tidak Setuju maupun Sangat Tidak Setuju. Penilaian tertinggi terlihat pada indikator kemampuan tenaga farmasi menjawab pertanyaan pelanggan dengan jelas serta kesiapan dalam menanggapi keluhan, masing-masing memperoleh 86 jawaban Sangat Setuju. Sementara itu, indikator pengetahuan tenaga farmasi mengenai obat memperoleh jumlah Sangat Setuju paling rendah, tetapi tetap didominasi penilaian positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa fasilitas yang nyaman, ketepatan pelayanan, kecepatan pelayanan, perhatian kepada pelanggan, serta kompetensi tenaga farmasi telah memenuhi harapan pelanggan sesuai dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan Tjiptono (2020).

Pada variabel Harga (X2) yang diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, serta kesesuaian manfaat dengan harga, hasil penelitian juga menunjukkan persepsi yang sangat baik. Total tanggapan terdiri atas 627 jawaban Sangat Setuju, 591 Setuju, dan hanya 4 Tidak Setuju. Pernyataan mengenai kesesuaian harga obat dengan merek memperoleh jumlah Sangat Setuju tertinggi sebanyak 89 responden, sedangkan pernyataan mengenai kejelasan informasi harga memperoleh 73 jawaban Sangat Setuju. Meskipun terdapat sedikit responden yang menyatakan Tidak Setuju pada indikator keterjangkauan dan daya saing harga, jumlahnya sangat kecil sehingga tidak memengaruhi kecenderungan penilaian secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga di Apotek Bella transparan, sesuai kualitas produk, kompetitif, serta sepadan dengan manfaat yang diterima sebagaimana indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2018).

Selanjutnya, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai produk, loyalitas pelanggan, serta reputasi perusahaan memperoleh penilaian sangat positif. Total jawaban terdiri atas 803 Sangat Setuju, 721 Setuju, dan hanya 6 Tidak Setuju. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap pelayanan memperoleh jumlah Sangat Setuju tertinggi sebanyak 89 responden, sedangkan penilaian terhadap kualitas obat yang lebih unggul dibanding apotek lain masih memperoleh sebagian kecil jawaban Tidak Setuju. Selain itu, mayoritas responden menyatakan bersedia merekomendasikan Apotek Bella kepada orang lain dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam membeli obat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk, pelayanan, harga, serta reputasi Apotek Bella. Tingginya kepuasan pelanggan mengindikasikan bahwa pelayanan dan harga yang diberikan telah mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, sesuai konsep kepuasan pelanggan yang dikemukakan Sugiyono (2019).

#### 4) Hasil Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan instrumen survei mengukur sesuai tujuan. Instrumen diuji pada 140 responden, kemudian setiap pernyataan dibandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabelnya. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan dinyatakan valid.

##### Uji validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) melibatkan 140 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Dengan tingkat signifikan 5% dan  $df$  ( = 138, diperoleh  $r$  tabel = 0,166. Item dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$  0,66 dan  $sig < 0.05\%$ . Hasil pengujian validitasnya yaitu:

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas (X1)**

| No. | Pernyataan                                                              | R hitung | R tabel | Sig. | Keterangan |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------|------------|
| 1.  | Fasilitas dan ruang tunggu Apotek Bella nyaman dan bersih.              | 0,645    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 2.  | Penampilan pegawai Apotek Bella rapi dan perefesional.                  | 0.628    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 3.  | Obat yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan Apotek Bella.     | 0,634    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 4.  | Tenaga farmasi menyiapkan obat sesuai dengan resep dokter.              | 0,654    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 5.  | Pelayanan tenaga farmasi Apotek Bella dilakukan dengan cepat dan sopan. | 0,602    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 6.  | Keluhan pelanggan ditanggapi dengan baik oleh tenaga farmasi.           | 0,674    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 7.  | Tenaga farmasi Apotek Bella memberikan perhatian khusus                 | 0,713    | 0,159   | 0,01 | Valid      |

|     |                                                                                                    |       |       |      |       |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
|     | pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan dengan baik.                                            |       |       |      |       |
| 8.  | Pegawai Apotek Bella bersedia mendengarkan keluhan pelanggan dengan sabar.                         | 0,666 | 0,159 | 0,01 | Valid |
| 9.  | Tenaga farmasi Apotek Bella memiliki pengetahuan tentang obat serta bisa menjelaskan manfaat obat. | 0,681 | 0,159 | 0,01 | Valid |
| 10. | Tenaga farmasi mampu menjawab pertanyaan pelanggan tentang obat dengan jelas.                      | 0,716 | 0,159 | 0,01 | Valid |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandasan Tabel 1 diatas, bisa diketahui bahwasannya seluruh item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1) Mempunyai nilai r hitung > r tabel (0.166), sehingga kesepuluh item tersebut dinyatakan valid.

#### Uji Validitas Harga (X2)

Uji validitas variabel Harga (X2) melibatkan 140 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Dengan tingkat signifikan 5% dan df ( = 138, diperoleh r tabel = 0,166. Item dinyatakan valid jika r hitung > 0,166 dan sig < 0.05%. Hasil pengujian validitasnya yaitu:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas (X2)**

| No. | Pernyataan                                                                   | R hitung | R tabel | Sig. | Keterangan |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------|------------|
| 1.  | Informasi harga yang diberikan Apotek Bella dan ada nota saat pembelian.     | 0,676    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 2.  | Nota pembelian yang diberikan Apotek Bella sesuai dengan transaksi.          | 0,702    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 3.  | Harga obat yang dijual pada Apotek Bella Sesuai dengan merek yang diberikan. | 0,672    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 4.  | Harga obat bermerek di Apotek Bella sesuai dengan kualitas produk.           | 0,712    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 5.  | Harga obat yang dijual pada Apotek Bella Sesuai dengan yang diberikan.       | 0,631    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 6.  | Harga obat di Apotek Bella terjangkau bagi pelanggan                         | 0,751    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 7.  | Harga di Apotek Bella layak untuk direkomendasikan.                          | 0,619    | 0,159   | 0,01 | Valid      |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandasan Tabel 2 diatas, bisa diketahui bahwasannya seluruh item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1) Mempunyai nilai r hitung > r tabel (0.166), sehingga kedelapan item tersebut dinyatakan valid.

#### Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) melibatkan 140 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Dengan tingkat signifikan 5% dan df ( = 138, diperoleh r tabel = 0,166. Item dinyatakan valid jika r hitung > 0,166 dan sig < 0.05%. Hasil pengujian validitasnya yaitu:

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas (Y)**

| No. | Pernyataan                                                               | R hitung | R tabel | Sig. | Keterangan |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|----------|---------|------|------------|
| 1.  | Saya puas dengan kualitas obat yang diberikan                            | 0,623    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 2.  | Kualitas obat pada Apotek Bella lebih unggul dari pada Apotek di sekitar | 0,648    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 3.  | Saya puas dengan pelayanan yang diberikan Apotek Bella                   | 0,622    | 0,159   | 0,01 | Valid      |
| 4.  | Pelayanan di Apotek Bella memberikan pengalaman yang menyenangkan        | 0,659    | 0,159   | 0,01 | Valid      |

|    |                                                                            |       |       |      |       |
|----|----------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
| 5. | Saya puas dengan harga yang ditawarkan                                     | 0,736 | 0,159 | 0,01 | Valid |
| 6. | Harga obat di Apotek Bella sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan | 0,666 | 0,159 | 0,01 | Valid |
| 7. | Saya akan merekomendasikan Apotek Bella ini kepada orang lain              | 0,682 | 0,159 | 0,01 | Valid |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandasan Tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1) Mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.166), sehingga kesepuluh item tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna menilai konsistensi ataupun tingkat keandalan dari jawaban responden kepada instrumen yang dipakai. Pengujian berikut memakai metode Cronbach's Alpha, dimana suatu instrumen dianggap reliabel jikalau nilai koefisien Cronbach's Alpha  $>$  0,60. Berikut ialah hasil uji :

**Tabel 4 Hasil Uji Realibilitas**

| NO. | Variabel                             | Cronbach's Alpha Hitung | Cronbach's Alpha Hitung | Keterangan |
|-----|--------------------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|
| 1.  | Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) | 0,857                   | 0,60                    | Reliabel   |
| 2.  | Harga (X <sub>2</sub> )              | 0,824                   | 0,60                    | Reliabel   |
| 3.  | Kepuasan Pelanggan (Y)               | 0,864                   | 0,60                    | Reliabel   |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandasan tabel 4 seluruh variabel (Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan) memiliki koefisien reliabilitas  $>$  0,60. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dinyatakan realibel dan layak sebagai alat ukur penelitian.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel independen dan dependen berdistribusi normal, yang merupakan syarat dalam regresi linier klasik. Dalam penelitian ini, uji dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS. Data dinyatakan normal jika nilai signifikan (Asymp. Sig)  $>$  0,05, dan jika tidak normal  $<$  0,05. Hasil uji ini menentukan kelayakan model untuk analisis lebih lanjut. Berikut hasil uji normalitasnya.

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                                |                                     | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| <b>N</b>                                       |                                     | <b>139</b>              |
| <b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>         | Mean                                | ,1262040                |
|                                                | Std. Deviation                      | 1,54744442              |
| <b>Most Extreme Differences</b>                | Absolute                            | ,056                    |
|                                                | Positive                            | ,029                    |
|                                                | Negative                            | -,056                   |
| <b>Test Statistic</b>                          |                                     | ,056                    |
| <b>Asymp. Sig. (2-tailed)<sup>c</sup></b>      |                                     | ,200d                   |
| <b>Monte Carlo Sig. (2-tailed)<sup>e</sup></b> | Sig.                                | ,352                    |
|                                                | 99% Confidence Interval Lower Bound | ,339                    |
|                                                | 99% Confidence Interval Upper Bound | ,364                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berlandasan Tabel 5, diperoleh jumlah sampel (N) sebanyak 139 responden. Nilai Test Statistic sebesar 0,056 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model regresi layak digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). nilai signifikansi sebesar 0,364 ( $> 0,05$ ) menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga salah satu asumsi klasik regresi terpenuhi.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya hubungan linier kuat antara variabel independen. Indikatornya adalah VIF dan toleransi. Model bebas multikolinearitas bila  $VIF < 10$  dan toleransi  $> 0,10$ .

**Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.   | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|--------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |        | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 4.043                       | 1.885      | —                         | 2.144  | .034   | —                       | —     |
| TOTAL X1     | .842                        | .053       | .845                      | 16.025 | < .001 | .654                    | 1.530 |
| TOTAL X2 Y1  | .056                        | .077       | .038                      | .729   | .467   | .654                    | 1.530 |

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6, Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel Coefficients, diperoleh nilai Tolerance untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,654 dan variabel Harga (X2) sebesar 0,654. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel masing-masing sebesar 1,530.

Karena nilai Tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Dengan demikian, variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) tidak memiliki hubungan yang kuat satu sama lain sehingga layak digunakan dalam analisis regresi untuk menguji pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Apotek Bella.

Nilai Tolerance X1 =  $0,654 > 0,10$

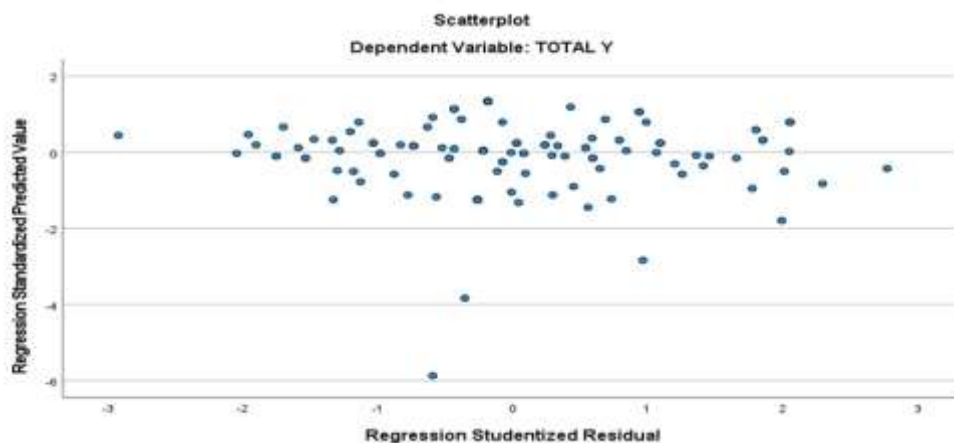
Nilai Tolerance X2 =  $0,654 > 0,10$

Nilai VIF X1 =  $1,530 < 10$

Nilai VIF X2 =  $1,530 < 10$

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $\leq 0,05$ , maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji



DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12434>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil regresinya disajikan sebagai berikut

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

|   | Model       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|---|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|   |             | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1 | (Constant)  | ,465                        | ,694       | –                         | ,670   | ,504  |
|   | TOTAL X1    | ,765                        | ,047       | ,752                      | 16,391 | <,001 |
|   | TOTAL X2 Y1 | ,285                        | ,055       | ,237                      | 5,157  | <,001 |

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berikut ialah hasil perhitungan persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 0,465 + 0,765 (X1) + 0,285 (X2) + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Kepuasan pelanggan)
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Variabel kualitas pelayanan
- X<sub>2</sub> = Variabel harga
- e = Error (tingkat kesalahan)

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. konstanta sebesar 0,465 yang menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,465.
2. Selanjutnya, koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,765 bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan asumsi variabel lainnya tetap
3. Sementara itu, variabel harga (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,285 yang juga bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan harga yang semakin baik/terjangkau akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan karena memiliki nilai koefisien regresi yang lebih besar (0,765) dibandingkan harga (0,285)

#### 5. Uji Hipotesis

##### Uji Koefisien Korelasi (R) serta Koefisien Determinasi (r<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen, dengan nilai 0 hingga 1 (atau 0 hingga 100%). Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,971 <sup>a</sup> | ,944     | ,943              | ,944                       |

a. Predictors: (Constant), TOTAL X2 Y1, TOTAL X1

b. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

1. nilai R sebesar 0,971, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga, dengan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan, berada pada kategori sangat kuat.
2. Nilai R Square sebesar 0,944 menunjukkan bahwa sebesar 94,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga.
3. nilai Adjusted R Square sebesar 0,943 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel penelitian, kemampuan variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan adalah sebesar 94,3%
4. nilai Standard Error of the Estimate sebesar 0,944 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model regresi. Semakin kecil nilai standard error, maka semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan dan memprediksi kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, nilai R Square sebesar 0,944 menunjukkan bahwa 94,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 5,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Nilai R sebesar 0,971 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen.

#### Uji Statistik T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika Sig. < 0,05, maka

variabel berpengaruh signifikan hasil uji t disajikan sebagai berikut:

**Tabel 9 Hasil Uji Statistik T X1 Kepada Y Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1 (Constant) | 23.636                      | 2.560      | –                         | 9.232 | <,001 |
| TOTAL X1     | .328                        | .073       | .351                      | 4.513 | <,001 |

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

T tabel =  $t(a/2 : n-k-1) = t(0,05 / 2:153 - 2 - 1) = 0,025 : 150 = 1,976$

Hasil Uji Kualitas Pelayanan (X1) menunjukan sig. 0,001 < 0,05 dan t hitung 4,513 > t tabel 1,976.

Sehingga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya.

Harga (X2) kepada Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 10 Hasil Uji T Statistik T X2 Kepada Y Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1 (Constant) | 24.941                      | 2.441      | –                         | 10.216 | <,001 |
| TOTAL X2     | .363                        | .087       | .329                      | 4.198  | <,001 |

a. Dependent Variable: TOTAL Y

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12434>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

$T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n-k-1) = t(0,05 / 2 : 153 - 2 - 1) = 1,976$

Hasil uji harga (X2) menunjukkan sig.  $0,001 < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 4,198 > t_{\text{tabel}} 1,976$ .

Sehingga Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya.

### Uji Statistik F

Uji F untuk melihat pengaruh simultan Kepuasan Pelanggan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai  $f_{\text{hitung}} > \text{nilai } f_{\text{tabel}}$ , maka  $f_{\text{tabel}} = n-k-1 = 153-2-1 = 150$ . Nilai  $f_{\text{tabel}}$  yakni 3,06.

**Tabel 11 Hasil Uji Statistik F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

|   | Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F        | Sig.   |
|---|------------|----------------|-----|-------------|----------|--------|
| 1 | Regression | 2240,153       | 2   | 1120,077    | 1256,233 | <,001b |
|   | Residual   | 133,742        | 150 | ,892        |          |        |
|   | Total      | 2373,895       | 152 |             |          |        |

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL X2 Y1, TOTAL X1

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh nilai F hitung sebesar 1256,233 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,05 ( $1256,233 > 3,05$ ) serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Bella Surabaya.

## 5) Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar responden berusia 20-30 tahun (52,3%) dan usia 30-50 tahun (47,7%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelanggan Apotek Bella Surabaya didominasi oleh kelompok usia produktif yang memiliki tingkat kesadaran cukup tinggi terhadap kebutuhan kesehatan. Dominasi responden pada rentang usia tersebut menunjukkan bahwa Apotek Bella Surabaya mampu menjangkau konsumen dari berbagai kelompok usia muda hingga usia lanjut atau produktif.

Selain itu, terdapat pula pelanggan Apotek Bella Surabaya yang berasal dari luar kota. Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan pelayanan Apotek Bella Surabaya tidak hanya terbatas pada masyarakat di wilayah Surabaya, tetapi juga mampu menarik konsumen dari daerah. Dan berdasarkan Tabel 4.3, sebagian besar responden telah melakukan pembelian lebih dari satu kali di Apotek Bella Surabaya, yaitu sebanyak 77 responden (50,3%) melakukan pembelian 2-5 kali dan 62 responden (40,5%) melakukan pembelian lebih dari 5 kali. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Tingginya frekuensi pembelian tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Apotek Bella Surabaya.

Dari hasil uji t, variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 4,513 lebih besar daripada  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,976. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bella Surabaya. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H1$ ) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek Bella Surabaya, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, serta kemampuan tenaga farmasi dalam memberikan informasi obat yang jelas mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Selain itu, fasilitas yang nyaman dan kebersihan lingkungan apotek turut mendukung terbentuknya kepuasan pelanggan.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden menilai harga yang ditetapkan Apotek Bella Surabaya sudah sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan, terjangkau, transparan, serta kompetitif

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12434>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dibandingkan apotek lain. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Selain itu pada hasil uji t, variabel harga (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar 4,198 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,976. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bella Surabaya. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa harga yang ditawarkan Apotek Bella Surabaya sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Kejelasan informasi harga, kesesuaian nota pembelian, serta harga yang dianggap kompetitif dibandingkan apotek lain menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Bella Surabaya**

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 1256,233 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,05 serta nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Bella Surabaya. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,944. Artinya, sebesar 94,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya sebesar 5,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R sebesar 0,971 juga menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berada pada kategori sangat kuat.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,765, sedangkan variabel harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan harga.

Temuan tersebut sejalan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh pelanggan usia produktif 20–30 tahun (52,3%) dan pelanggan yang telah melakukan pembelian berulang sebanyak 2–5 kali (50,3%). Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang baik cenderung merasa puas dan melakukan pembelian ulang di Apotek Bella Surabaya.

Dengan demikian, peningkatan kepuasan pelanggan di Apotek Bella Surabaya dapat dilakukan melalui upaya menjaga kualitas pelayanan yang prima serta menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar  $4,153 > t$  tabel sebesar 1,976 dan nilai signifikansinya  $0,001 < 0,05$ . 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar  $4,198 > t$  tabel 1,976 dan nilai signifikansinya sebesar  $0,001 < 0,05$ . 3) Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Bella Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil f hitung sebesar  $1256,233 > f$  tabel 3,05 dan nilai signifikansinya  $0,001 < 0,05$ .

### **Referensi**

1. Ade Syarief Maulana (2016). Penelitian Terdahulu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. TOI. Link: <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1624>
2. Aluiwaauri, Yurmanius, Setia Budi (2023) Penelitian Terdahulu ud. Fany Kota Gunung Sitoli Link: [ipv6.jurnal.uniraya.ac.id](http://ipv6.jurnal.uniraya.ac.id)
3. Ambarwato, S., Nyoman, N., & Wulandari, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Farmasi. Link: <https://scholar.google.com>
4. Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers. Link: <https://rajagrafindo.co.id>
5. Atik Budi Paryanti (2022) Penelitian Terdahulu GrabFood (Studi Wilayah KecamatanSetiabudiLink: <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>
6. Buchari, A. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.Link: <https://alfabeta.co.id>
7. Dianita Rifqia Putri (2017) Kualitas Pelayanan Link: <https://doi.org/10.24269/ijhs.v1i1.381>
8. Daryanto, & Setyobudi, I. (2017). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media. Link: <https://scholar.google.com>
9. Estamiranda, E., Akila, & Sinarti, T. (2021). Penelitian terdahuluPengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hompizz Pizza Palembang. Link: <https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v3i1.6407>
10. Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Link: <https://penerbit.undip.ac.id>
11. Ghofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Link: <https://scholar.google.com>

12. Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Link: <https://penerbit.undip.ac.id>
13. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). Multivariate Data Analysis (7th ed.). Pearson Education. Link: <https://www.pearson.com>
14. Hendy, Yohanes, edi & andika (2022) Penelitian Terdahulu Frist Media Pondok Aren.Link : <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.3602>
15. Hurriyati, R. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.Link: <https://alfabeta.co.id>
16. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson Education. Link: <https://www.pearson.com>
17. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. Link: <https://www.pearson.com>
18. Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat. Link: <https://www.salemba.com>
19. Lutfi Rizky, & Suyuthie. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pendekar Batusangkar. Link: <https://scholar.google.com>
20. Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2018). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: Pustaka Setia. Link: <https://pustakasetia.com>
21. Oliver, R. L. (2017). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed.). New York: Routledge. Link: <https://www.routledge.com>
22. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40. Link: <https://doi.org/10.2307/1251430>
23. Paryanti, A. B., & Sumarsid. (2022). Penelitian Terdahulu Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood. Link: <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>
24. Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: Pustaka Setia. Link: <https://pustakasetia.com>
25. Rohaeni & Marwa (2018) Pengertian kualitas pelayanan landasan teori Link: <https://doi.org/10.31294/jeco.v2i2.4503>
26. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. Pearson Education. Link: <https://www.pearson.com>
27. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Link: <https://alfabeta.co.id>
28. Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Link: <https://alfabeta.co.id>
29. Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi. Link: <https://www.andipublisher.com>
30. Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi. Link: <https://www.andipublisher.com>

---