



PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOTIK SUNFARMA TANGERANG SELATAN

Sunanto *)

*) Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Pamulang

ABSTRAK

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOTIK SUNFARMA TANGERANG SELATAN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan Kualitas layanan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Populasi alam penelitian ini adalah pelanggan Apotik SunFarma dan jumlah sampel berdasarkan Slovin berjumlah 100, sampling dengan teknik aksidental. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala Likert, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinan, Uji Parsial (Uji t), dan Uji Simultan (Uji F). Hasil Penelitian diperoleh: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Model regresi linier $Y = -28,582 + 0,927X_1$, nilai $R=0,927$ (korelasi positif sangat kuat), dan Nilai kontribusi *adjusted R²* sebesar 0,858 serta Nilai t hitung 24,515 ($> t$ tabel), nilai sig. 0,000 ($<0,05$). (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Model regresi linier sederhana $Y = -16,376 + 0,950X_2$, dan Nilai $R= 0,950$ (korelasi positif sangat kuat), dan nilai kontribusi *adjusted R²* sebesar 0,902, nilai t hitung 30,204 ($> t$ tabel), nilai sig. 0,000 ($<0,05$). (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga dan Kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Model regresi linier berganda $Y = -22,073 + 0,302X_1 + 0,668 X_2$, dan nilai korelasi ganda sebesar 0,956 (korelasi positif sangat kuat), serta nilai F hitung 516,005 ($> F$ tabel) dan nilai sig. 0,000 ($<0,05$).

Kata Kunci: Penetapan Harga, Kualitas layanan, Kepuasan Pelanggan, Apotik SunFarma

ABSTRACT

EFFECT OF PRICING AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION AT SUNFARMA PHARMACY SOUTH TANGERANG. The purpose of this study was to determine the influence of pricing and quality of services both partially and simultaneously toward customer satisfactions at the SunFarma Pharmacy in South Tangerang. This research was conducted utilizing descriptive quantitative hypothesis testing. The population in this study is the customer Pharmacies SunFarma and the number of samples is determined by a formula Slovin totaled 100 (fulfilled). Sampling using techniques accidental. Data were collected through a questionnaire with Likert scale, observation, and literature study. Analysis using Test Validity, reliability testing, Classical Assumption Test, Regression Testing, Test Determinant Coefficient, Partial test (t test), and the Simultaneous Test (F test). The Results obtained: (1) There is a positive and significant effect of pricing on customer satisfaction at SunFarma Pharmacy South Tangerang. Regression model $Y = -28.582 + 0.927X_1$, very strong positive correlation, adjusted R square of 0.858, the value of t count 24.515 ($> t$ table) with sig. 0.000 (<0.05). (2) There is a positive and significant effect of pricing on customer satisfaction at SunFarma Pharmacy South Tangerang. Regression model $Y = -16.376 + 0.950X_2$, very strong positive correlation, and the value of contributions adjusted R-square of 0.902, the value of t count 30.204 ($> t$ table) with sig. 0.000 (<0.05). (3) There is a positive and significant influence between pricing and quality of service simultaneously to customer satisfaction at SunFarma Pharmacy South Tangerang. Multiple linear regression model $Y = -22.073 + 0.302X_1 + 0.668 X_2$, double correlation value of 0.956 or have a very strong positive relationship, as well as the value of F count 516.005 ($> F$ table) with sig. 0.000 (<0.05).

Keywords: Pricing, Quality of Service, Customer Satisfaction, SunFarma Pharmacy



I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha ritel yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan merupakan salah satu strategi terbaik untuk memenangkan persaingan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan sekaligus sarana untuk keberhasilan usaha. Dengan demikian setiap usaha harus mampu mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Karena kepuasan berkorelasi positif dengan Loyalitas pelanggan, maka melalui peningkatan kepuasan diharapkan loyalitas pelanggan juga meningkat.

Perkembangan usaha ritel yang pesat tidak lepas dari meningkatnya jumlah penduduk dan juga membaiknya taraf hidup masyarakat. Hal ini membawa dampak kepada perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, apakah pelanggan akan merasa puas atau tidak, dan pada gilirannya perilaku ini menstimuli dunia usaha untuk selalu memperbaiki strategi usahanya terkait dengan kepuasan pelanggan dalam memenangkan persaingan.

Apotik SunFarma, sebagai sebuah usaha ritel di bidang farmasi, dalam kegiatan operasional usahanya dituntut untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam rangka keberlanjutan usahanya. Dalam konteks ini, manajemen Apotik SunFarma memandang penting kepuasan pelanggan sebagai sarana keberhasilan usaha. Tetapi dilain pihak faktor kepuasan pelanggan belum pernah dilakukan pengukuran secara komparatif. Data keluhan pelanggan per bulan tercatat mengalami fluktuatif sejak Januari sampai dengan Juni 2016 adalah 60, 75, 45, 38, 55, 50 keluhan.

Salah satu faktor dari kepuasan pelanggan adalah Kualitas layanan. Dalam konteks Kualitas layanan ini, bukti fisik apotik yang merepresentasikan suatu usaha belum optimal. Hal ini bisa dilihat fasilitas fisik ruangan tunggu apotik yang relatif sempit, tata letak yang masih konservatif, belum tersediannya pendingin ruangan, fasilitas pembayaran kasir yang masih menggunakan mesin manual, dan penerangan yang dirasakan masih konvensional.

Indikator lain dari Kualitas layanan yang dirasakan masih menjadi kendala adalah daya tanggap yang dirasakan masih kurang yang disebabkan oleh masih kurangnya jumlah personel apotik dalam pelayanan kepada pelanggan. Hal lainnya adalah masih lemahnya empati yang ditunjukkan oleh karyawan, yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi serta perhatian pribadi serta memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih baik. Hal ini terbukti masih adanya keluhan-keluhan pelanggan yang merasa kurang diperhatikan dalam proses komunikasi dan transaksi di apotik.

Dalam usaha ritel, khususnya di bidang perapotikan, pelanggan seringkali sangat sensitif terhadap harga dari suatu produk atau layanan. Penetapan harga produk obat atau layanan yang tinggi dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke produk atau fasilitas layanan lainnya. Penetapan harga yang rendah di bawah pasar



pun tidak serta merta dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan, bahkan bisa menimbulkan tanda-tanya bagi pelanggan khususnya terhadap aspek legalitas atau keaslian produk obat yang dijualnya.

Banyaknya keterbatasan seperti yang disebutkan di atas, serta banyaknya aturan legal dalam usaha apotik sebagai suatu fasilitas layanan kesehatan, khususnya aturan pembatasan dalam aspek promosi, memaksa apotik SunFarma untuk selalu berinovasi khususnya dalam proses penetapan harga produk obat kepada konsumen akhir, dan mencari cara untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam rangka keberlanjutan usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian atau riset pemasaran lebih dalam mengenai aspek aspek tersebut dengan mengambil judul: **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan.”**

B. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian pemasaran ini terpusat pada:

1. Kepuasan pelanggan, sebagaimana didefinisikan oleh Kotler
2. Penetapan Harga, sebagaimana dinyatakan oleh Kotler.
3. Kualitas layanan, didefinisikan oleh Parasuraman dalam Fandy Tjiptono.
4. Tempat penelitian ini dilakukan di Apotik SunFarma Tangerang Selatan

C. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian pemasaran sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
2. Bagaimana pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
3. Bagaimana pengaruh penetapan harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan Penelitian pemasaran ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
3. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan



II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepuasan Pelanggan

Kotler (2009:164) menyebutkan *"In general, satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectation"*. Menurut Kotler, dalam buku edisi terjemahan Bahasa Indonesia (2009:139), "secara umum, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka". Ditambahkannya, Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas. Ekspektasi pelanggan berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman atau rekan, serta informasi dan janji perusahaan dan juga pesaing. Jika perusahaan meningkatkan ekspektasi terlalu tinggi, pembeli akan kecewa. Meskipun demikian, jika perusahaan menetapkan ekspektasi terlalu rendah, perusahaan tidak akan menarik cukup pembeli (meskipun perusahaan akan dapat memuaskan mereka yang membeli).

Fandy Tjiptono (2014: 369) menyebutkan terdapat enam dimensi yang digunakan untuk pengukuran kepuasan pelanggan:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Niat beli ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasi
6. Ketidakpuasan pelanggan

B. Penetapan Harga

Kotler (2009: 67) menyebutkan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lainnya menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; elemen lainnya termasuk komunikasi lebih banyak membutuhkan waktu.

Menurut Utami (2010:240) menyebutkan terdapat tiga pendekatan dalam penetapan harga dalam ritel, yaitu: (1) metode penetapan harga jual impas, (2) metode penetapan harga berorientasi pada permintaan, (3) metode penetapan harga berorientasi padapesaingan. Ditambahkannya bahwa bauran harga dalam bisnis ritel adalah penetapan harga dibawah harga pasar, sesuai dengan harga pasar, di atas harga pasar. Kotler (2009: 75) menjelaskan bahwa dalam menentukan kebijakan penetapan harga, perusahaan mengikuti prosedur enam langkah: Memilih tujuan penetapan harga, memperkirakan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing, memilih metode penetapan harga, dan memilih harga akhir. Menurut Kotler (2009: 76) ada lima tujuan utama penetapan harga adalah kemampuan bertahan, laba saat ini maksimum, pangsa pasar maksimum, dan kepemimpinan kualitas produk.

Metode-metode penetapan harga menurut Kotler (2009: 83) adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga *mark up*
2. Penetapan harga tingkat pengembalian sasaran
3. Penetapan harga nilai anggapan
4. Penetapan harga nilai
5. Penetapan harga *going rate*

C. Kualitas Layanan

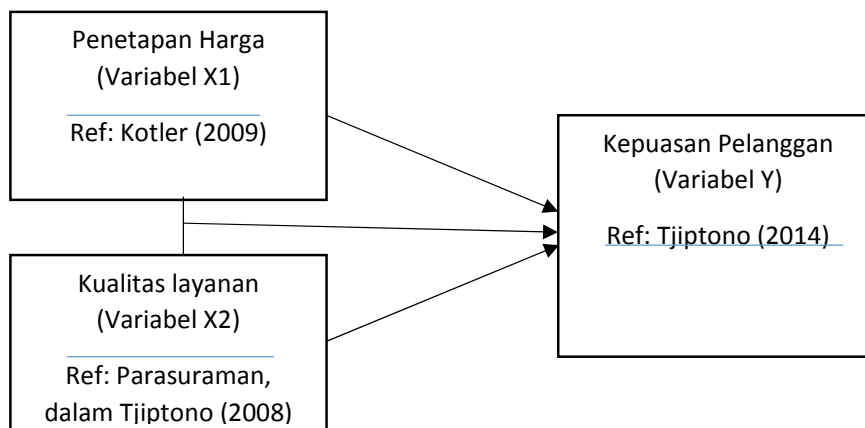
Dalam bukunya, Manajemen Pemasaran, Kotler (2009:143) menyebutkan bahwa kepuasan tergantung juga pada kualitas produk atau layanan. Menurut Kotler (2009: 143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Dengan berpusat pada pelanggan, kualitas jelas merupakan kunci untuk nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2008:85), kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan kualitas layanan yang unggul dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pelanggannya.

Menurut Parasuraman, dalam Fandy Tjiptono (2008: 95), dimensi utama Kualitas layanan meliputi:

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Emphaty*)
5. Bukti Fisik (*tangible*)

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian



E. Hipotesis Penelitian

Aritonang (2007: 26) menjelaskan hipotesis penelitian berfungsi sebagai jawaban sementara atas permasalahan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka diajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
2. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan
3. Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari penetapan harga dan Kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Apotik SunFarma, Jl.Raya Nusa Indah Ruko. No.8 KompleksBukit Nusa Indah, Sarua, Ciputat, Tangerang Selatan. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-Juni 2016. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan pengujian hipotesis.

B. Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Lerbin Aritonang (2007: 95) keseluruhan unsur yang menjadi objek penelitian dinamakan populasi, sedangkan bagian dari populasi dinamakan sampel. Istijanto (2009: 113) menyatakan bahwa populasi dan sampel memiliki hubungan yang sangat erat. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotik SunFarma. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik aksidental (*accidental sampling*) atau *convenience sampling*, dimana menurut Istijanto (2009: 125), merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kemudahan, yaitu responden dipilih karena keberadaan mereka pada waktu dan tempat dimana riset sedang dilakukan.. Ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin, dalam Umar (2005). Dengan ukuran populasi (4065 pelanggan) dan $e=0,1$ didapat jumlah sample sebanyak 98,4 atau dibulatkan menjadi 99 responden. Dalam praktek diambil 100 responden.

C. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data tentang pelanggan dan Apotik SunFarma melalui kuesioner dan wawancara.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan



Skala *Likert* dimaksudkan untuk mencari data primer tentang penetapan harga, Kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan. Alternatif jawaban kuesioner sebagai berikut:

Skor	Alternatif Jawaban	Disingkat
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Ragu	R
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran, dalam Wijaya (2011:114) Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya. Rumus yang digunakan adalah *Koefisien Korelasi Product Moment*. Kriteria pengujian:

$r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$: instrumen tidak valid

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$: instrumen valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Kriteria pengujian:

$r_{ac} \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$: variabel tidak reliabel

$r_{ac} \text{ hitung} > r \text{ tabel}$: variabel reliabel

3. Uji Asumsi klasik, berupa:

a. Uji Normalitas

Uji ini untuk mengetahui apakah data data berdistribusi normal, dan model regresi memenuhi normalitas. Dalam penelitian ini digunakan *output histogram* dan grafik normalitas regresi(perhitungan dengan bantuan SPSS).

b. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk melihat kondisi tidak terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel bebas dalam model regresi berganda. Digunakan nilai VIF. Bila Nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui kondisi keragaman yang sama dari tiap-tiap error pada tiap sampelnya. Metode yang digunakan adalah uji *Scatterplot*, yaitu grafik plot antara nilai prediksi variable terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

4. Uji Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Wijaya (2011:91) menyebutkan bahwa analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji



regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 atau X2 secara parsial terhadap Y. Persamaan dalam regresi sederhana: $Y = A + bX + e$

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y. Persamaan dalam regresi berganda:

$$Y = A + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Kepuasan pelanggan; A = intersep; b = Koefisien regresi; X₁ = penetapan Harga; X₂ = Kualitas layanan; e = Variabel pengganggu

Pengaruh positif menunjukkan bahwa variabel bebas (Xn) berubah searah dengan variabel terikat (Y). Pengaruh negative menunjukkan bahwa variabel bebas (Xn) berubah berlawanan dengan variabel terikat (Y). Perhitungan dibantu dengan SPSS.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antar variabel bebas X dan variabel terikat Y, atau seberapa besar (dalam persen) kontribusi variabel X terhadap variabel Y.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antar variabel Xn dan Y, apakah variabel X₁, atau X₂ secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

F. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Penetapan harga (Variabel X1)	<i>Mark Up</i>	1-2
	Tingkat Pengembalian	3-4
	Nilai Anggaran	5-6
	Nilai	7-8
	<i>Going Rate</i>	9-10
Kualitas layanan (Variabel X2)	Berwujud	11-12
	Kehandalan	13-14
	Daya Tanggap	15-16
	Jaminan	17-18
	Empati	19-20
Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	21-22
	Dimensi Kepuasan Pelanggan	23-24
	Konfirmasi Harapan	25-26
	Niat beli Ulang	27-28
	Kesediaan Merekomendasi	29-30
	Ketidakpuasan Pelanggan	31-32



IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Apotik SunFarma yang beralamat di Ruko No. 8, Kompleks Bukit Nusa Indah, Serua, Ciputat, Tangerang Selatan. Apotik SunFarma resmi berdiri pada tanggal 25 Oktober 2007 dengan Surat Ijin Apotik (SIA) No.449/125/5380-Dinkes/2007 yang diperbaharui dengan SIA No. 449/035/ APT/ RBIK /2015.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Dengan sampel 100 responden, tingkat kesalahan 10%, maka didapat r tabel sebesar 0,1654. Dari seluruh item instrumen dalam kuesioner (10 item Untuk X1, 10 item untuk X2, dan 12 item untuk Y) diuji menggunakan korelasi *product moment*. Hasil pengujian seluruh item bernilai lebih besar dari r tabel. Dengan demikian disimpulkan seluruh item pernyataan X1, X2, dan Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Dengan sampel 100 responden, tingkat kesalahan 10%, maka didapat r_{ac} tabel sebesar 0,1654. Dari semua variabel (X1, X2, dan Y) dilakukan pengujian dengan nilai *Chronbach's Alpha* atau r_{ac} . Hasil pengujian semua variabel bernilai lebih besar dari r_{ac} tabel. Dengan demikian disimpulkan semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dilihat dari grafik normalnya, maka penyebaran titik titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Dilihat dari output histogram menunjukkan pola distribusi mendekati normal. Dengan demikian disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya, dapat dilihat sebaran titik titik yang acak baik di atas / di bawah angka nol dari sumbu Y. Dengan demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Dilihat dari hasil nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 8,209. Karena nilai nilai tersebut < 10 , maka dapat disimpulkan model regresi yang terbentuk tidak terjadi multikolinieritas.

C. Model Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Model regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1, atau X2 terhadap Y. Data output variabel penetapan harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.1
Mode Regresi Penetapan Harga-Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-28.582	3.045		-9.386	.000
Penetapan_Harga	1.902	.078	.927	24.515	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

Tabel 4.2
Koefisien Determinasi Penetapan Harga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.927 ^a	.860	.858	3.359

- a. Predictors: (Constant), Penetapan_Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
c. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

Data output variabel Kualitas layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Model Regresi Kualitas layanan-Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-16.376	2.071		-7.907	.000
Kualitas_Pelayanan	1.606	.053	.950	30.204	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

Tabel 4.4
Koefisien Determinasi Kualitas layanan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.902	2.794

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
c. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

Tabel 4.5
Koefisien Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.914	.912	2.643

- a. Predictors:(Constant),Kualitas_Pelayanan,Penetapan_Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
c. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

Tabel 4.6
Model Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
(Constant)	-22.073	2.536		-8.704	.000		
1 Penetapan_Harga	.619	.175	.302	3.538	.001	.122	8.209
Kualitas_Pelayanan	1.128	.144	.668	7.829	.000	.122	8.209

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Sumber: Data primer diolah (SPSS)

D. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis I (Pengaruh X1 terhadap Y) dengan uji t
Dari output data diperoleh hasil sebagai berikut:
 - Regresi Linier Sederhana $Y = -28,582 + 0,927X1$
 - Nilai R = 0,927 dan *adjusted R square* = 0,858
 - Nilai t hitung sebesar 24,515 dengan p.sig.= 0,000 dan Nilai t tabel (100, 95%)=1,660
 - Daerah kritis, H1=0 ditolak jika p.sig.<0,05Karena t hitung > t tabel dan p.sig. <0.05 maka H1=0 ditolak dan H1≠0 diterima
2. Pengujian Hipotesis II (Pengaruh X2 terhadap Y) dengan Uji t
Dari output data diperoleh hasil sebagai berikut:
 - Regresi Linier Sederhana $Y = -16,376 + 0,950X2$
 - Nilai R = 0,950 dan *adjusted R square* = 0,902
 - Nilai t hitung sebesar 30,204 dengan p.sig.= 0,000 dan Nilai t tabel (100, 95%)=1,66
 - Daerah kritis, H2=0 ditolak jika p.sig.<0,05Karena t hitung > t tabel dan p.sig. <0.05 maka H2=0 ditolak dan H2≠0 diterima



3. Pengujian Hipotesis III (Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y) dengan Uji F
Dari output data diperoleh hasil sebagai berikut:
 - Regresi Linier Berganda $Y = -22,073 + 0,302X_1 + 0,668X_2$
 - Nilai Korelasi ganda = 0,956 dan *adjusted R square* = 0,912
 - Nilai F hitung 516,005 dengan p.sig.= 0,000 dan Nilai F tabel (100, 95%)=1,43
 - Daerah kritis, $H_1=H_2=0$ ditolak jika p.sig.<0,05Karena F hitung > F tabel dan p.sig. <0.05 maka $H_1=H_2=0$ ditolak dan $H_1=H_2\neq 0$ diterima

E. Pembahasan

1. Pengaruh X1 terhadap Y
Nilai korelasi (R) penetapan harga (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,927 tergolong korelasi positif sangat kuat. Koefisien Determinasi menunjukkan kontribusi sebesar 0,858 atau 85,8% terhadap kepuasan pelanggan. Dari data tersebut dibuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara variabel X1 terhadap variabel Y. Dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan p.sig. <0,05 menunjukkan signifikansi pengaruh variabel independen X1 terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan pengujian hipotesis di atas dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma
2. Pengaruh X2 terhadap Y
Nilai korelasi (r) Kualitas layanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,950 dan tergolong korelasi positif yang sangat kuat. Koefisien Determinasi menunjukkan kontribusi sebesar 0,902 atau 90,2% terhadap kepuasan pelanggan. Dari data tersebut dibuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara variabel independen X1 terhadap variabel dependen Y. Dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan p.sig. <0,05 menunjukkan signifikansi pengaruh variabel independen X1 terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan pengujian hipotesis di atas dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma
3. Pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y
Nilai korelasi ganda (R) penetapan harga (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,956 dan tergolong korelasi positif yang sangat kuat. Koefisien Determinasi menunjukkan kontribusi positif sebesar 0,912 atau 91,2% terhadap kepuasan pelanggan. Dari data di atas dibuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara variabel independen X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel dependen Y. Dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan p.sig. <0,05 menunjukkan signifikansi pengaruh variabel independen X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan pengujian hipotesis di atas dibuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga dan Kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Apotik SunFarma.



IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Regresi Linier $Y = -28,582 + 0,927X_1$. Dari persamaan regresi tersebut dibuktikan mempunyai koefisien korelasi R sebesar 0,927 (korelasi positif yang sangat kuat). Koefisien Determinasi sebesar 0,858 atau memiliki kontribusi 85,8% terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung sebesar 24,515 dengan p.sig. = 0,000 dan Nilai t tabel (100, 95%)=1,66. Karena t hitung > t tabel dan p.sig. <0.05 maka $H_1=0$ ditolak dan $H_1 \neq 0$ diterima.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Regresi Linier $Y = -16,376 + 0,950X_2$. Dari persamaan regresi tersebut dibuktikan mempunyai koefisien korelasi R sebesar 0,950 (korelasi positif yang sangat kuat). Koefisien Determinasi sebesar 0,902 atau mempunyai kontribusi 90,2% terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung sebesar 30,204 dengan p.sig. = 0,000 dan Nilai t tabel (100, 95%)=1,66. Karena t hitung > t tabel dan p.sig. <0.05 maka $H_2=0$ ditolak dan $H_2 \neq 0$ diterima.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotik SunFarma Tangerang Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Regresi Linier berganda $Y = -22,073 + 0,302X_1 + 0,668X_2$. Koefisien korelasi ganda sebesar 0,956 (korelasi positif yang sangat kuat). Koefisien Determinasi sebesar 0,912 atau mempunyai kontribusi sebesar 91,2% terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F hitung sebesar 516,005 dengan p.sig.=0,000 dan Nilai F tabel (100, 95%)= 1,43. Karena F hitung > F tabel dan p.sig. <0,05 maka $H_1=H_2=0$ ditolak dan $H_1=H_2 \neq 0$ diterima.

B. Saran

1. Dalam aspek penetapan harga, sebaiknya Apotik SunFarma lebih memperhatikan penetapan harga berdasarkan nilai dimana manajemen apotik dapat menetapkan harga lebih rendah dari harga pasar.
2. Dalam aspek Kualitas layanan, Apotik SunFarma diharapkan lebih memperhatikan indikator fasilitas fisik khususnya faktor ruangan yang lebih nyaman untuk pelanggan, serta menitik beratkan pada Kualitas layanan kasir yang menggunakan sistem kasir seperti POS agar pelayanan kasir lebih cepat dan bisa dipercaya.
3. Dalam aspek kepuasan pelanggan, Apotik SunFarma disarankan memiliki prosedur dan program yang jelas untuk mengatasi ketidakpuasan pelanggan



DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin. R. 2007. *Riset Pemasaran. Teori dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, and Keller K.L. 2009. *Marketing Management. 13th Edition*. New Jersey: Pearson, Prentice Hall.
- Kotler, Philip, and Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan, edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan, edisi ketigabelas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: AlfaBeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Jogjakarta: Andi Offset.
- . 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2005. *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Utami, C.W. 2010. *Manajemen Ritel, Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel di Indonesia*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Widjaya, T. 2011. *Cepat Menguasai SPSS-19*. Jakarta: Cahaya Atma.