

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS APOTEK JOE FARMA MEDAN)**

SKRIPSI

OLEH :

**PUTRI RAUDAH JANNAH
17.832.0319**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

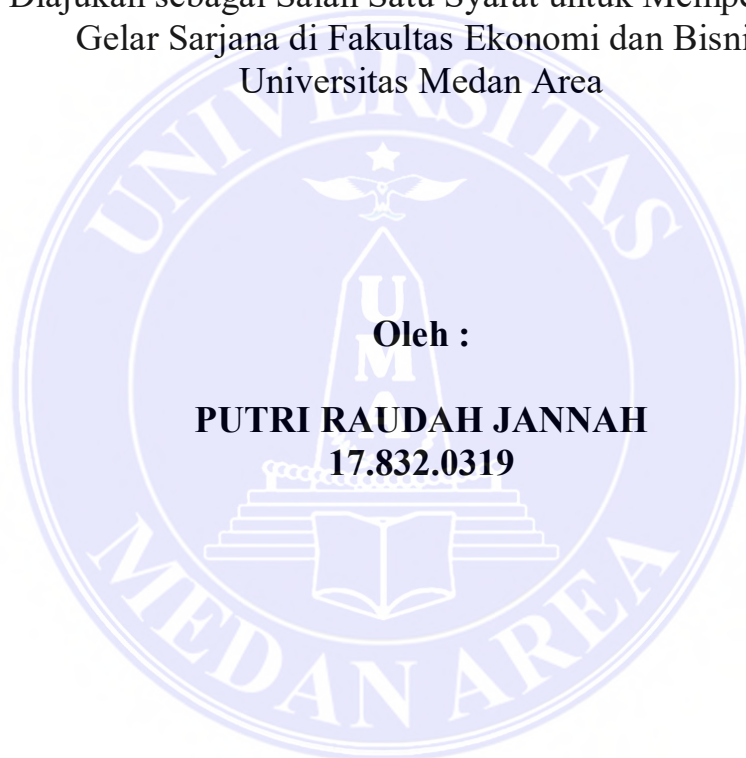
Document Accepted 2/1/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



Oleh :

**PUTRI RAUDAH JANNAH
17.832.0319**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/1/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen (Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan)

Nama : Putri Raudah Jannah

NPM : 178320319

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing Pembimbing


Hesti Sabrina, SE, M.Si
Pembimbing


Albeno, SE, M.Si
Pembimbing

Mengetahui


Ahmad Fauzan, M.Mgt. Ph.D, CIMA
Dekan


Fitriani Tobing, SE, M.Si
Ka.Prodi/WD I

Tanggal Lulus : 06 September 2024 ..

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/1/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
 3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
- Access From (repository.uma.ac.id)2/1/25

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 06 September 2024



Putri Raudah Jannah
178320319

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/1/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Raudah Jannah

NPM : 178320319

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Manajemen

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 06 September 2024

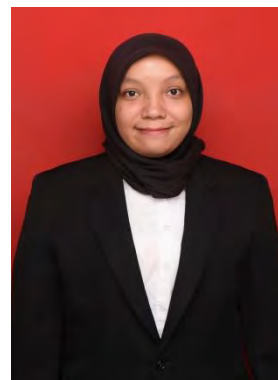
Yang menyatakan



Putri Raudah Jannah

178320319

RIWAYAT HIDUP

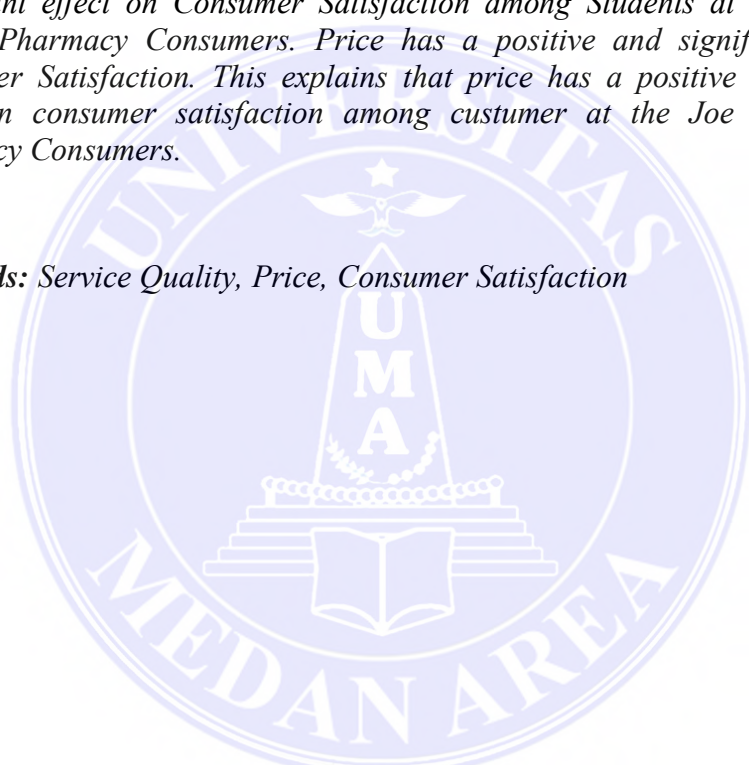


Nama	Putri Raudah Jannah
Npm	178320319
Tempat, Tanggal Lahir	LW Selepen, 19 Desember 1997
Nama Orang Tua :	
Ayah	Hasanuddin
Ibu	Jariah Pagan
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Al-Washliyah 29 Medan
SMA	SMK Al-Washliyah 3 Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2017 penulis terdaftar selaku mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
Pengalaman Pekerjaan	-
No. Hp/WA	0852-6942-6116
Email	putriraudahjannah@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine "The Influence of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction (Survey on Consumers of Joe Farma Medan Pharmacy)". The type of research that will be used is associative research. The population is consumers of the Joe Farma Medan Pharmacy whose number is unknown, therefore, to determine the number of samples from a population whose number is unknown, the lameshow formula is used with a sample of 100 people. The analytical tools used are multiple regression, correlation, coefficient of determination and hypothesis testing. Based on the results of the hypothesis test (t test), the Service Quality variable has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This explains that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction among Students at the Joe Farma Medan Pharmacy Consumers. Price has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This explains that price has a positive and significant effect on consumer satisfaction among customer at the Joe Farma Medan Pharmacy Consumers.

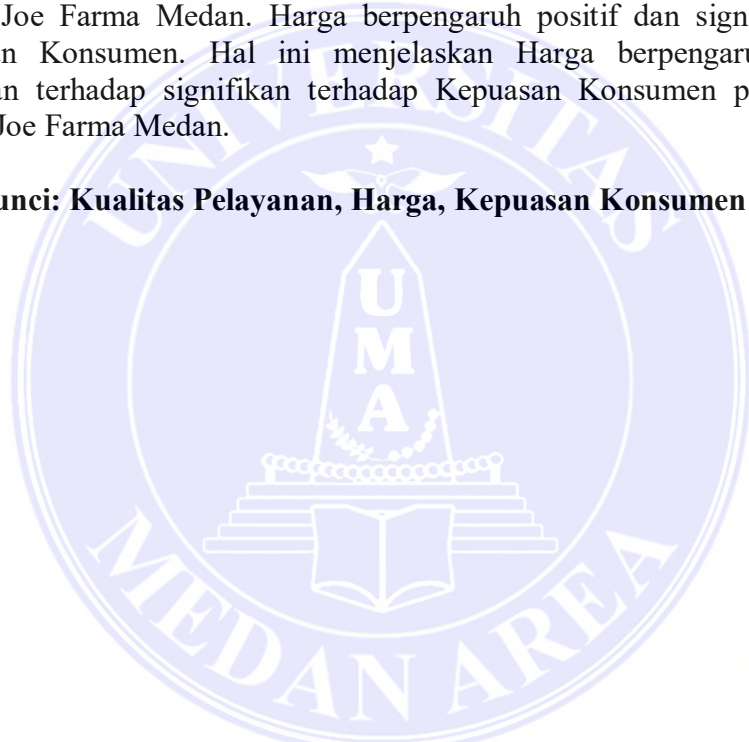
Keywords: *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan)”. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian penelitian Asosiatif. Populasi adalah konsumen Apotek Joe Farma Medan yang jumlahnya tidak diketahui, maka dari itu untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diektahui jumlahnya maka menggunakan rumus lameshow dengan sampel yang dihasilkan 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Apotek Joe Farma Medan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menjelaskan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Apotek Joe Farma Medan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Strata-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Medan Area, Penulisan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Strata-1 Manajemen.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Medan Area.
4. Bapak Herry Syahril, SE, M.Si. selaku Dosen Ketua Skripsi Saya yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun kepada penulis sehingga dalam penyusunan Skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan perhatian, motivasi, semangat, serta kritik dan saran yang membangun kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi dan

dalam penyusunan Skripsi sehingga Skripsi ini selesai dan menjadi lebih baik.

6. Bapak Alfifto, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan membangun terhadap skripsi saya.
7. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si. selaku sekretaris yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran bagi skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi pada Strata-1 Manajemen Universitas Medan Area.
9. Mahasiswa seluruh angkatan 2017 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Vina Febrianti dan Adelia Febrianto yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi saya.
10. Para Dosen, Asisten Dosen dan seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang turut mendukung segala urusan perkuliahan dan administrasi penulis selama menjalani masa kuliah.
11. Dari kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungan serta semangat yang diberikan kepada penulis.

Teristimewa untuk kedua orang tua terima kasih untuk kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa tiada henti kepada penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan dan balasan atas jasa dan budi yang telah diberikan kepada penulis. Demikianlah yang dapat penulis sampaikan. Bila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar besarnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua masyarakat yang membaca. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 06 September 2024



Putri Raudah Jannah



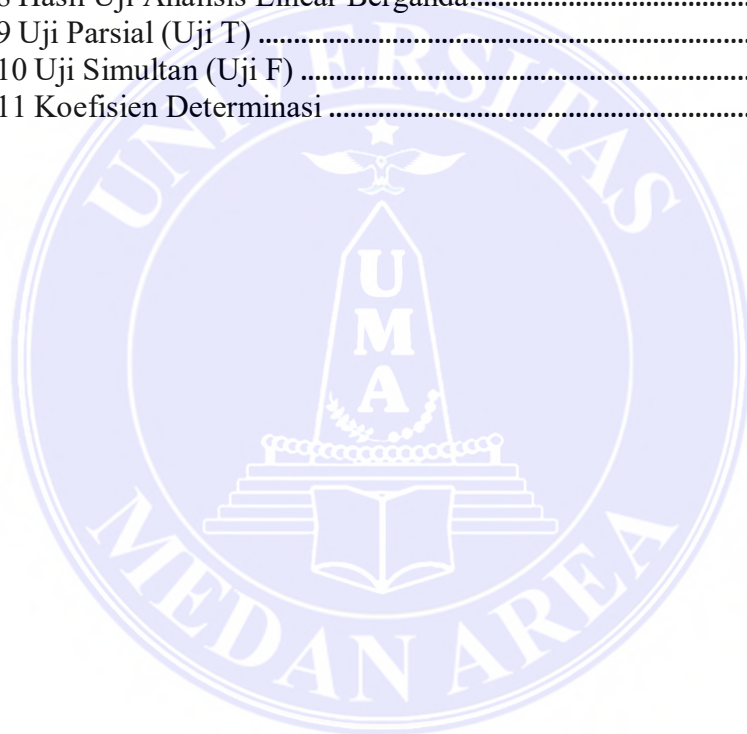
DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori dan Konsep	7
2.1.1.1 Manajemen.....	7
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
2.1.1.4 Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.5 Harga.....	20
2.1.1.6 Kepuasan Konsumen	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	37
3.1.1 Jenis Penelitian	37
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	37
3.1.3 Waktu Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.6.1 Alat Pengujian Instrumen.....	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	46

3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi	46
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Apotek Joe Farma Medan	49
4.2 Deskripsi Responden	49
4.3 Penyajian Data Angket	52
4.4 Tanggapan Responden.....	52
4.4.1 Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
4.4.2 Variabel Harga	56
4.4.3 Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
4.5 Teknik Analisis Data	65
4.5.1 Uji Validitas	65
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.6.1 Uji Normalitas.....	68
4.6.2 Uji Kolmogrov Smirnov Test	68
4.6.3 Uji Histogram	69
4.6.4 Normality Probability Plot	70
4.6.5 Uji Multikolinearitas	71
4.6.6 Uji Heterokedastisitas	71
4.7 Uji Statistik	73
4.8 Uji Hipotesis.....	74
4.8.1 Uji Parsial (Uji T)	74
4.8.2 Uji Simultan (Uji F)	75
4.8.3 Koefisien Determinasi.....	76
4.9 Pembahasan	77
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
4.9.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.9.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	40
Tabel 4.1 Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	53
Tabel 4.2 Jawaban Variabel Harga (X_2).....	56
Tabel 4.3 Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data.....	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas Variabel	68
Tabel 4.6 One-Sampel Kolmogorov-Sminorv Test	69
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	74
Tabel 4.9 Uji Parsial (Uji T)	75
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji F)	76
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	50
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.5 Histogram.....	69
Gambar 4.6 Grafik Normality Probability Plot.....	70
Gambar 4.7 Grafik Scatterplot	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisiner Penelitian	85
Lampiran 2. Rekapitulasi Kuisiner	90
Lampiran 4. Misi	96
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian	103
Lampiran 6. Surat Izin Selesai Riset.....	104



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat antara sebuah merek dengan merek perusahaan lainnya sehingga sebuah perusahaan harus menciptakan dan membangun merek yang kuat agar dapat bersaing dengan merek perusahaan lainnya. Merek merupakan suatu nama, istilah, simbol atau desain atau kombinasi. Dari keempat hal tersebut dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan untuk membedakan produk atau jasa dari perusahaan dengan pesaingnya (Kotler, 2019). Sebuah perusahaan akan menciptakan dan membangun merek yang kuat agar merek tersebut dapat melekat di benak konsumen dan mendapatkan kesan baik agar menciptakan kepuasan akan mereknya.

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dari keberhasilan apotek dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk kembali dan merekomendasikan apotek kepada orang lain (Kotler, 2019). Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan bagi manajemen apotek dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan harga, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian juga dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan kebijakan dan program pelatihan bagi staf apotek.

Kualitas pelayanan di apotek meliputi berbagai aspek seperti keramahan dan kompetensi staf, kecepatan layanan, kejelasan informasi obat, dan

penanganan keluhan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi apotek. Harga obat dan produk kesehatan lainnya di apotek merupakan faktor kritis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung membandingkan harga antara apotek yang satu dengan yang lain, sehingga harga yang kompetitif dapat menjadi daya tarik utama.

Kualitas pelayanan suatu perusahaan juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk kepada konsumen. Memasarkan produk yaitu dengan cara melakukan promosi, yang merupakan usaha dari perusahaan untuk menginformasikan dan mempengaruhi para konsumen agar mereka tertarik kepada produk yang kita pasarkan (Tjiptono, 2019). Promosi terdiri dari beberapa macam alat yang salah satunya yaitu Harga. Apabila perusahaan melakukan Harga maka perusahaan tersebut akan mendapatkan konsumen dan mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang kita miliki (Swasta, 2019). Kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dan terjangkau akan memberikan pengaruh positif terhadap kenaikan kepuasan konsumen.

Apotek Joe Farma Medan adalah salah satu apotek yang beroperasi di kota Medan, Indonesia. Apotek ini menyediakan berbagai macam obat-obatan, produk kesehatan, serta layanan farmasi kepada masyarakat. Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi Apotek Joe Farma. Mereka berusaha untuk memastikan bahwa setiap konsumen mendapatkan pelayanan terbaik, baik dalam hal ketersediaan produk, kenyamanan berbelanja, maupun layanan konsultasi kesehatan. Namun permasalahan kepuasan konsumen adanya banyak yang

memberikan masukan di kotak saran yang memang mengarah pada ketidakpuasan dalam menunggu obat resep yang lama, hal ini disebabkan tenaga ahli farmasi yang masih kurang. Selanjutnya sebagai gambaran kepuasan yang menurun adanya penurunan penjualan dimana tahun 2021 sebesar Rp. 234.500.000 mengalami penurunan di tahun 2022 menjadi Rp. 210.400.500 dan kembali menurun di tahun 2023 menjadi Rp. 198.500.400, penurunan ini bisa disebabkan adanya ketidakpuasan akan pelayanan.

Permasalahan kualitas pelayanan pada Apotek Joe Farma Medan ada pada kategori rendah terdapat pada ukuran tidak terlalu lama mengantri dalam pelayanan obat resep. Artinya dari segi waktu antrian masih belum optimal, dimana sistem antrian harus di evaluasi kembali dalam meningkatkan pelayanan, selanjutnya permasalahan harga di Apotek Joe Farma Medan adalah Beberapa obat-obatan mungkin memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan apotek lain atau harga pasar. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti biaya impor, biaya distribusi, atau margin keuntungan yang diterapkan oleh apotek. Produk kesehatan lain seperti suplemen, vitamin, dan alat kesehatan juga bisa menjadi permasalahan jika harganya tidak kompetitif. Konsumen mungkin merasa harga produk tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan yang ditawarkan di toko lain atau platform online.

Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan efektif dapat membuat konsumen merasa dihargai dan puas. Harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan dapat menciptakan persepsi nilai yang baik di mata konsumen. Harga yang terlalu tinggi tanpa justifikasi kualitas dapat menyebabkan

ketidakpuasan. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen tidak dapat dipandang sebelah mata. Kedua faktor ini saling melengkapi dan berperan penting dalam membentuk pengalaman, persepsi, dan loyalitas konsumen. Perusahaan yang mampu mengelola kualitas pelayanan dan penetapan harga dengan baik akan lebih mungkin mencapai kepuasan konsumen yang tinggi dan kesuksesan jangka panjang.

Rincian data di atas menjadi fenomena yang memunculkan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah peneliti uraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan
2. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian digunakan untuk aplikasi hasil penelitian dilapangan sebagai penerapannya.

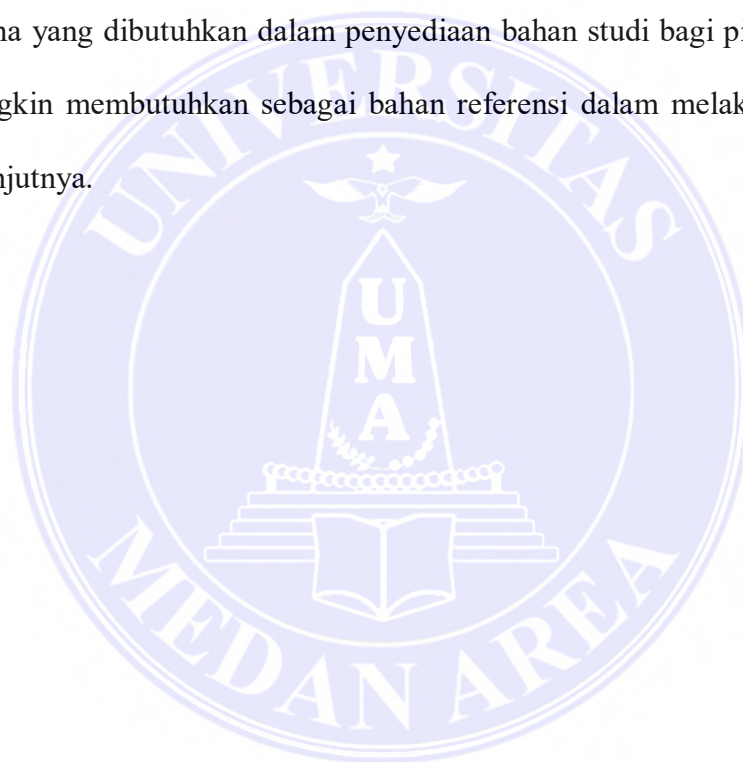
1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai salah satu syarat melengkapi program perkuliahan S1 pada proram studi Ekonomi Universitas Medan Area.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen secara teoritis maupun secara praktis. Selain itu dapat menambah wawasan dan pengalaman serta menjadi sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku kuliah dan membandingkan dengan keadaan dilapangan.
 - c. Memantapkan penulis untuk bersosialisasi, berdisiplin dan bertanggungjawab atas tugas yang diberikan.

2. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat berguna sebagai masukan dari dokumen-dokumen untuk sarana yang dibutuhkan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak-pihak yang mungkin membutuhkan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori dan Konsep

2.1.1.1 Manajemen

Perusahaan yang baik memiliki kinerja manajemen yang memiliki target dan tujuan di dalamnya. Manajemen merupakan kemampuan seorang manajer, kepala dalam memberikan pengaruh kepada semua orang yang menjadi bawahannya dalam menjalankan semua tujuan perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya, dalam penelitian ini adalah difokuskan kepada tujuan manajemen pemasaran. Artinya bagaimana caranya produk yang di produksi mampu terjual dan sampai ke tangan nasabah dengan baik (Ajabar, 2020) dalam (Wijayanti, 2023).

Definisi manajemen menurut (Terry, 2019) adalah :

“Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri atas tindakan- tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya”.

Menurut Stoner yang diterjemahkan oleh (Handoko, 2019) menyatakan bahwa :

“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan”.

Menurut (Manullang, 2019) dalam (Supomo & Nurhayati, 2018) adalah : “Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu”.

Pengertian manajemen menurut (Robbins, 2019) dalam (Stiawati, 2024) adalah : “Manajemen melibatkan koordinasi dan mengawasi kegiatan kerja orang lain sehingga kegiatan selesai dengan cara efisien dan efektif. Manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain”.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, maka dapat disimpulkan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Proses perencanaan yang merupakan langkah awal dalam penyusunan suatu program, pengorganisasian merupakan langkah dalam spesialisasi jabatan dan skill, pengarahan merupakan dilakukan untuk mengontrol kinerja, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

2.1.1.1.1 Unsur-unsur Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian sumber daya (termasuk manusia, keuangan, teknologi, waktu, dan materi) untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, unsur-unsur manajemen merujuk pada komponen-komponen atau aspek-aspek yang terlibat dalam proses manajemen. Berikut adalah beberapa unsur-unsur manajemen yang

penting (Handoko, 2019) dalam (Martha, 2021) :

1. Perencanaan

Tahap awal dalam manajemen di mana tujuan dan sasaran organisasi ditetapkan. Ini melibatkan identifikasi masalah, pengembangan strategi, perumusan kebijakan, dan perencanaan taktis untuk mencapai tujuan tersebut

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian melibatkan struktur organisasi, pengalokasian sumber daya, penentuan wewenang dan tanggung jawab, serta pembentukan tim dan departemen yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi

3. Penggerakan (*Leading atau Directing*)

Pengarahan dan promosi penjualan anggota tim atau karyawan untuk mencapai tujuan. Hal ini mencakup kepemimpinan, komunikasi, supervisi, dan pengembangan keterampilan individu.

4. Pengendalian

Pengendalian adalah proses memantau dan mengevaluasi kinerja organisasi dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Ini mencakup perbandingan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang dicapai.

5. Koordinasi

Koordinasi adalah upaya untuk mengintegrasikan kegiatan dan sumber daya yang berbeda dalam organisasi untuk mencapai tujuan secara efisien. Ini melibatkan penyelarasan antara bagian-bagian atau unit organisasi yang berbeda.

6. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif yang

tersedia. Manajer harus mengambil keputusan yang terbaik untuk mencapai tujuan organisasi.

7. Komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah kunci untuk memastikan bahwa informasi, instruksi, dan arahan disampaikan dengan jelas dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat.

8. Manajemen pemasaran

Ini mencakup manajemen aspek-aspek terkait sumber daya manusia, seperti rekrutmen, pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, dan manajemen konflik.

9. Manajemen Keuangan

Ini melibatkan pengelolaan aspek keuangan organisasi, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan aset, dan pengawasan pengeluaran.

10. Manajemen Operasi

Ini berkaitan dengan efisiensi operasional organisasi, termasuk produksi, logistik, dan proses bisnis.

11. Manajemen Proyek

Dalam proyek-proyek khusus, manajemen proyek melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan proyek agar mencapai tujuan proyek secara tepat waktu dan dalam anggaran.

12. Etika dan Tanggung Jawab Sosial

Memastikan bahwa semua tindakan manajemen dilakukan dengan mempertimbangkan etika dan tanggung jawab sosial, termasuk dampaknya pada masyarakat dan lingkungan.

Unsur-unsur manajemen ini saling terkait dan saling mendukung dalam mencapai tujuan organisasi. Manajemen yang efektif melibatkan pengelolaan semua unsur ini dengan baik untuk mencapai keseimbangan antara tujuan organisasi, kepentingan karyawan, dan tuntutan lingkungan bisnis.

2.1.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen

Fungsi manajemen merujuk pada aktivitas-aktivitas esensial yang dilakukan oleh para manajer dalam mengelola sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Terdapat empat fungsi manajemen utama yang sering diakui dan diterapkan di berbagai jenis organisasi, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan (penggerakan), dan pengendalian. Menurut (Terry, 2019) dalam (Syahputra, 2023), membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Adalah pemilih fakta dan penghubungan fakta - fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan - perkiraan atau asumsi - asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan - kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Adalah penentuan, pengelompokan, dan penyusunan macam - macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang - orang (pegawai), terhadap kegiatan - kegiatan ini, penyediaan faktor - faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang

diharapkan.

3. Penggerakan (*Actuating*)

Adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha - usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Adalah sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilamana perlu melakukan perbaikan - perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran).

Menurut (Handoko, 2019) dalam (Suseno, 2024), bahwa “Fungsi manajemen terdiri dari *planning, organizing, staffing, leading, dan controlling*’. Menurut (Henry, 2019) dalam (Rhomadoni, 2019), bahwa “Manajer menjalankan fungsi manajemen, yaitu merencanakan, mengorganisasi, mengkoordinasi, dan mengendalikan serta bisa juga dengan: perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian”.

Beberapa fungsi manajemen diatas, dapat disimpulkan bahwa semua manajemen diawali dengan perencanaan (*Planning*) Setelah itu pengorganisasian (*Organizing*). Selanjutnya menerapkan fungsi pengarahan yang diartikan dalam kata yang berbeda seperti *actuating* dan *leading*. Lalu fungsi yang terakhir dalam manajemen adalah pengendalian (*Controlling*)

2.1.1.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran melebihi fungsi bisnis apapun, berurusan dengan pelanggan dalam menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan adalah inti pemikiran perasaan modern dalam praktik. Perusahaan-perusahaan sukses lainnya memahami bahwa apabila mereka peduli pada pelanggan mereka, pangsa pasar dan keuntungan akan otomatis mengikuti. Perusahaan yang baik memiliki konsep dan strategi pemasaran yang baik dalam memperkenalkan produknya, dengan tujuan menarik daya beli nasabah.

Pemasaran merupakan bagian dari kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, serta untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik. Perusahaan tidak cukup hanya dengan menghasilkan produk tetapi harus pula memperhatikan pemasaran produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Pengertian pemasaran menurut (Kotler, 2019) dalam (Maranatha, 2020) adalah : *“A societal process by which individual and group obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others”*. Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang singkat dari pemasaran adalah *“memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”*.

Pengertian pemasaran menurut (Kotler, 2019) dalam (Maranatha, 2020) adalah : *“Sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”*.

Pengertian pemasaran menurut (Tjiptono, 2019) dalam (Ahyani, 2022) adalah :

“Marketing is the process of developing and exchanging ideas, goods, and services that satisfy customers, using the principles of pricing, promotion and distribution”. Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.

Ketiga pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan membuat, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk atau jasa yang mempunyai nilai untuk memuaskan nasabah dan berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang menggunakan prinsip pemberian harga, promosi hingga mendistribusikan barang atau jasa. Pemasaran produk akan diterima dengan baik oleh nasabah, selain itu pemasaran mampu meramalkan (forecasting) yang akan terjadi berikutnya.

2.1.1.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut (Kotler, 2019) dalam (Maranatha, 2020) marketing mix adalah alat pemasaran taktis produk, harga, tempat, dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk melibatkan nasabah dan memberikan nilai pelanggan.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan

keinginan atau kebutuhan. Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

3. Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi nasabah sasaran

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi mengacu pada kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

2.1.1.4 Kualitas Pelayanan

2.1.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Alimin, 2022) dalam (Suyanto, 2023) Mendefinisikan: "Kualitas pelayanan adalah memastikan bahwa pelanggan puas dengan pengalaman mereka. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan pelanggan yang loyal dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain".

Menurut (Tjiptono, 2019) dalam (Ahyani, 2022) Mendefinisikan : "Interaksi antara staf dan pelanggan sangat penting. Keramahan, keramahan, dan sikap positif dapat membentuk kesan yang baik dan membuat pelanggan merasa dihargai."

Adapun menurut (Clow & Back, 2022) dalam (Andriyani, 2023) Mendefinisikan: “Kualitas pelayanan adalah aspek kritis dalam bisnis apa pun, termasuk dalam industri restoran siap saji. Bagaimana pelanggan merasa diperlakukan dan dilayani dapat memiliki dampak besar pada persepsi mereka tentang merek dan bisnis secara keseluruhan”.

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, dapat penulis simpulkan bahwa pelayanan pelanggan dapat membantu mereka memahami pentingnya kualitas pelayanan dan memberikan alat yang tepat untuk berinteraksi dengan pelanggan. Pengalaman pelanggan tidak hanya terbatas pada makanan yang disajikan, tetapi juga termasuk suasana, tata letak restoran, dan kenyamanan keseluruhan. Semua elemen ini berkontribusi pada kualitas pelayanan secara keseluruhan.

2.1.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2019) dalam (Maranatha, 2020) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Motivasi Kerja Karyawan

Motivasi yang tinggi dapat mendorong karyawan untuk memberikan yang terbaik. Menciptakan lingkungan yang memotivasi, memberikan pengakuan, dan memberikan kesempatan berkembang meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Sistem Kerja dan Sistem Pelayanan

Sistem yang baik membantu dalam menjaga konsistensi dan fleksibilitas dalam memberikan pelayanan. Proses yang terstruktur dapat meminimalkan kesalahan dan membuat karyawan lebih mudah beradaptasi dengan situasi yang berbeda.

3. Suasana Kerja

Suasana kerja yang positif dan nyaman dapat mempengaruhi semangat karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik. Karyawan yang merasa dihargai dan diperhatikan cenderung memberikan lebih banyak perhatian terhadap pelanggan.

4. Kemampuan Kerja Karyawan

Karyawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan tugas mereka akan lebih siap untuk memberikan pelayanan yang unggul. Pelatihan dan pengembangan karyawan adalah investasi penting.

5. Lingkungan Fisik Tempat Kerja

Lingkungan yang nyaman dan sesuai dapat membantu karyawan berfokus pada tugas-tugas mereka. Pencahayaan yang baik, suhu yang nyaman, dan tata letak yang efisien dapat meningkatkan produktivitas dan pelayanan.

6. Perlengkapan dan Fasilitas

Ketersediaan peralatan dan fasilitas yang diperlukan untuk melayani pelanggan dengan baik sangat penting. Kekurangan peralatan dapat mengganggu efisiensi dan kualitas pelayanan.

7. Prosedur Kerja

Prosedur yang jelas dan mudah diikuti membantu karyawan menjalankan tugas-tugas mereka dengan benar dan efisien.

2.1.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2019) dalam (Ahyani, 2022) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh nasabah, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (Berwujud)

Ini mengacu pada aspek fisik dan nyata yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pelayanan. Lingkungan yang nyaman, penampilan petugas, fasilitas yang memadai, dan alat bantu yang digunakan dalam pelayanan termasuk dalam dimensi ini.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan berfokus pada kemampuan untuk memberikan pelayanan secara konsisten dan dapat diandalkan. Standar pelayanan yang jelas, ketepatan waktu, dan kecakapan petugas dalam menggunakan alat bantu adalah faktor yang mencerminkan dimensi ini.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan berkaitan dengan seberapa cepat dan efisien pelayanan diberikan kepada pelanggan. Mementingkan respons cepat terhadap permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan, dan menangani keluhan adalah contoh dari dimensi ini.

4. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan melibatkan memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa pelayanan akan dilakukan sesuai dengan standar tertentu dan dalam kerangka hukum yang benar. Ini melibatkan kejelasan tentang biaya, waktu, dan legalitas pelayanan.

5. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merespons perasaan pelanggan. Sikap ramah, penghormatan terhadap semua pelanggan, dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan adalah aspek penting dari dimensi ini.

Standar pelayanan menurut (Basu Swasta, 2022) dalam (Rahelea, 2023) yaitu dasar-dasar pelayanan terdapat sepuluh hal yang harus diperhatikan agar layanan menjadi aman, nyaman, dan menyenangkan, antara lain sebagai berikut :

1. Berpakaian dan Berpenampilan

Penampilan yang rapi dan bersih mencerminkan profesionalisme. Ini mencakup berpakaian dengan pantas dan merawat kebersihan pribadi.

2. Percaya Diri

Percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan membantu membangun kepercayaan dan keyakinan.

3. Menyapa dan Menggunakan Nama

Menyapa pelanggan dengan lembut dan menggunakan nama mereka, jika dikenal, menciptakan hubungan yang lebih personal.

4. Mendengarkan Aktif

Berikan perhatian sepenuhnya pada pelanggan saat berbicara. Ini menunjukkan penghargaan dan respek terhadap apa yang mereka sampaikan.

5. Komunikasi yang Baik dan Benar

Berbicara dengan bahasa yang sopan, baik, dan benar meningkatkan kesan positif pada pelanggan.

6. Bergairah dalam Pelayanan

Menunjukkan semangat dan dedikasi dalam melayani pelanggan menunjukkan kepedulian dan memberikan pengalaman yang positif.

7. Tidak Memotong Pembicaraan

Hindari menyela atau memotong pembicaraan pelanggan. Biarkan mereka menyelesaikan apa yang ingin mereka sampaikan.

8. Meyakinkan dan Membantu

Berusaha meyakinkan pelanggan tentang solusi atau jawaban yang diberikan, dan jika tidak memiliki jawaban, bisa mengarahkan mereka kepada orang yang tepat.

9. Memberi Informasi tentang Waktu Tunggu

Jika tidak bisa langsung memberikan pelayanan, beritahu pelanggan tentang waktu yang dibutuhkan agar mereka tahu apa yang bisa diharapkan.

Semua dasar pelayanan ini harus dikuasai dan dilakukan oleh seluruh karyawan, pegawai, atau petugas, terutama bagi yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

2.1.1.5 Harga

2.1.1.5.1 Pengertian Harga

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131) “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu”. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu (Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto 2019:131).

Harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Penetapan harga disesuaikan dengan keinginan konsumen dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan pasar (Swastha dalam Riyono dan Budiharja, 2016: 100). Menurut

Alma (2018: 171) “Harga (price) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.”

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk produk/jasa. Harga juga merupakan nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan keuntungan terhadap sebuah produk atau jasa (Kotler dalam Herlambang, 2014: 47).

Menurut Rusyidi (2018: 40) Harga merupakan aspek pertama yang diperhatikan oleh penjual dalam usahanya untuk memasarkan produknya. Dari segi pembeli, harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan untuk memuaskan kebutuhannya. Harga sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

Menurut Tjiptono dalam Amilia (2017: 662) “ Harga adalah sejumlah uang dan jasa atau barang-barang yang tersedia ditukarkan oleh pembeli untuk mendapatkan berbagai pilihan produk- produk dan jasa-jasa yang disediakan penjual”. lebih luas lagi Harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah satusatunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengorbitkan keluarannya biaya.

2.1.1.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2019:78):

1. Biaya Operasional

Biaya sewa tempat, utilitas, gaji karyawan, dan biaya operasional lainnya berkontribusi langsung terhadap penentuan harga obat dan produk kesehatan di apotek.

2. Keuntungan yang Diinginkan

Apotek perlu menentukan margin keuntungan yang diinginkan agar dapat tetap beroperasi dengan baik dan berkembang. Margin ini biasanya diterapkan pada harga jual produk.

3. Strategi Pemasaran

Strategi promosi dan pemasaran seperti diskon, paket bundling, dan program loyalitas dapat mempengaruhi harga produk yang dijual.

4. Pengelolaan Inventaris

Efisiensi dalam pengelolaan stok obat dan produk kesehatan dapat mempengaruhi harga. Pembelian dalam jumlah besar atau dari pemasok yang tepat dapat menurunkan biaya dan harga jual.

5. Harga dari Pemasok atau Distributor

Harga obat dan produk kesehatan yang ditetapkan oleh pemasok atau distributor merupakan faktor utama yang mempengaruhi harga jual di apotek.

6. Regulasi Pemerintah

Pemerintah dapat menetapkan harga maksimum untuk obat tertentu, terutama obat esensial, yang harus dipatuhi oleh apotek. Regulasi terkait pajak dan kebijakan impor juga berpengaruh.

7. Persaingan Pasar

Tingkat persaingan dengan apotek lain di sekitar area yang sama dapat mempengaruhi harga. Apotek harus menyesuaikan harga agar tetap kompetitif.

8. Permintaan dan Penawaran

Hukum ekonomi dasar tentang permintaan dan penawaran juga berlaku di sini. Jika permintaan tinggi untuk obat tertentu dengan pasokan terbatas, harga cenderung naik, dan sebaliknya.

9. Kondisi Ekonomi Makro

Inflasi, nilai tukar mata uang, dan kondisi ekonomi umum mempengaruhi biaya impor obat dan bahan baku, yang pada gilirannya mempengaruhi harga jual.

10. Teknologi dan Inovasi

Kemajuan teknologi dalam produksi obat dapat menurunkan biaya produksi, sementara inovasi dalam distribusi dapat menurunkan biaya pengiriman dan penyimpanan, sehingga mempengaruhi harga akhir.

11. Kebijakan Harga Global

Untuk obat-obatan yang diimpor, harga internasional yang ditetapkan oleh produsen global juga mempengaruhi harga di pasar lokal.

2.1.1.5.3 Indikator Harga

Beberapa pendapat para ahli tentang indikator harga, adalah sebagai berikut (Rusyidi, 2018: 47):

1. Tarif

Tarif adalah pungutan bea masuk yang dikenakan atas barang impor yang masuk untuk dipakai/dikonsumsi habis didalam negeri.

2. Kesesuaian diskon

Pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli saat melakukan pembelian barang atau jasa.

3. Promo harga

Harga khusus yang ditawarkan biasanya dan pada umumnya pada waktu memperkenalkan produk baru, dan menjadikan harga sebagai alat, medium atau strategi dan tidak jarang diiklankan secara gencar.

4. Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan

Harga yang murah sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan.

5. Harga sangat sesuai kualitas

Harga suatu barang/jasa dapat dipertimbangkan dengan melihat barang yang berkualitas/ jasa pelayanan yang nyaman.

6. Harga sangat murah

Harga murah adalah harga yang paling rendah diantara perbandingan harga-harga yang lain dan cenderung akan mengacu pada kualitas barang atau jasa yang sebanding.

Terdapat empat indikator yang mencirikan harga menurut (Kotler, 2011) yaitu,

1. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk yang sama.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

2.1.1.6 Kepuasan Konsumen

2.1.1.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Kotler (2019: 177) “Kepuasan Konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas”.

Menurut Lovelock (2017: 74):

“Kepuasan Konsumen merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri. Kepuasan Konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi”.

Menurut Tjiptono (2019: 31):

“Kepuasan Konsumen merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau

standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan”. Menurut Saladin (2018: 19):

“Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen merupakan keadaan emosional perasaan suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang dilihat dan dirasakannya dalam hal nilai guna dan manfaatnya.

2.1.1.6.2 Prinsip Kepuasan Konsumen

Ada 5 prinsip utama yang harus dijalankan agar customer menjadi sangat puas (*delight customer*) atau setidaknya terpenuhi ekspektasinya Tjiptono (2019: 310).

1. Memahami *customer*.

Customer adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami *customer* merupakan langkah pertama yang terpenting. Jika berhasil memahami kebutuhannya maka langkah selanjutnya akan merasa mudah dan membuat senang.

2. Membuat *customer* mengerti semua layanan perusahaan

Customer yang sudah datang ke perusahaan dipastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk/layanan yang disediakan. Seberapa penting hal postifi yang akan disampaikan perusahaan. Untuk mengetahui secara lengkap dan jelas mengenai semua produk/layanan yang perusahaan miliki.

3. Menciptakan kesan positif.

Kesan positif yang terekam di benak *customer* akan selalu diingat. Hal sederhana yang bisa dilakukan misalnya adalah dengan memberikan senyum atau salam yang ramah, menjaga kebersihan, mau mendengar dan membantu mereka dengan tulus, serta cepat tanggap.

4. Senantiasa menggunakan kata positif.

Kata-kata positif senantiasa dianggap *customer* sebagai kesan yang positif juga. Perusahaan dilarang menggunakan kata-kata negatif karena akan memberikan citra negatif untuk perusahaan. Perusahaan jangan pernah menyalahkan mereka apalagi membuat marah. Hormati mereka sebagai pelanggan sehingga mereka merasa aman dan diperhatikan.

5. Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan.

Apabila selama ini *customer* sudah merasa puas dengan produk/layanan yang ada maka perusahaan wajib mempertahankan. Maka buatlah sesuatu yang sudah baik menjadi standard baku dan ciptakan perbaikan terus menerus agar semakin menjadi baik.

Secara konseptual Kepuasan Konsumen dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Tjiptono (2017: 58)

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Konsumen

2.1.1.6.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Sumarwan (2017: 88) dalam menentukan tingkat Kepuasan Konsumen terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.1.1.6.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau Kepuasan Konsumennya dan pelanggan perusahaan pesaing. Menurut Kotler (2019: 42), mengemukakan 4 metode untuk mengukur Kepuasan Konsumen, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang

digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak Kepuasan Konsumen. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke perusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai Kepuasan Konsumen di lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi.

Pengukuran Kepuasan Konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

b. *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang di ajukan menyangkut dua (2) hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

c. *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden, diminta untuk mengungkapkan dua (2) hal pokok yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian akan menjadi bias.

4. *Lost customer analysis*

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Gerson (2017: 33) manfaat pengukuran Kepuasan Konsumen, adalah:

1. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan
2. Pengukuran bisa dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu yang semakin baik dan Kepuasan Konsumen yang meningkat.
3. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberi pelayanan.
4. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan Kepuasan Konsumen serta bagaimana harus melakukannya. Informasi ini juga bisa langsung datang dari pelanggan.
5. Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.

2.1.1.6.5 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2019: 82) ada enam indikator yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara termudah untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan menanyakan langsung kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa tertentu.

2. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectations*)

Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas layanan yang memiliki komponen berupa harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan pertemanan dari karyawan).

3. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan konsumen diukur secara behavioral dengan menanyakan apakah konsumen mau menggunakan jasa perusahaan lagi untuk berbelanja. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan ada di benak konsumen dan konsumen mempersepsikannya sebagai baik.

4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willigness to recommended*)

Singkatnya, kesiediaan untuk merekomendasikan suatu produk kepada teman dan keluarga merupakan alat penting untuk analisis dan tindak lanjut.

5. Ketidakpuasan Konsumen (*Customer Dissatisfaction*)

Menyelidiki aspek yang digunakan untuk menentukan ketidakpuasan konsumen, seperti keluhan, pengembalian produk (pengembalian), biaya garansi, penarikan kembali, ulasan negatif, dan churn.

2.2 Penelitian Terdahulu

Di bawah ini adalah penelitian terdahulu yang dapat mendukung hasil penelitian penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Rusmita (2021)	Kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan pelanggan	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
2	Alvionita Sari (2022)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
3	Tanandy (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
4	Christono (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
5	Susilo, Heri, Andi Tri Haryono dan Moh Mukery W. (2018)	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan.	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan, promosi, kepercayaan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
6	Rhamadaniati (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
7	Gofur, A. (2019).	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
8	Kencana (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
9	Rezki, M. (2019).	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek.	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
10	Gunawan (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Swarna Dwipa	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga Y : Kepuasan	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

2.3 Kerangka Konseptual

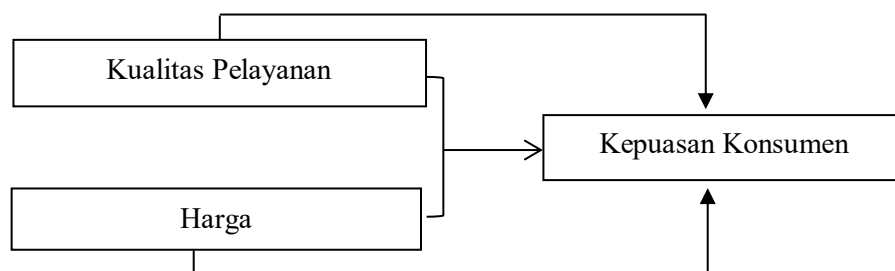
Menurut Kotler (2019: 177) “Kepuasan Konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas”. Menurut Tjiptono (2019: 82) ada enam indikator yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, yaitu 1) Kepuasan Konsumen Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), 2) Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectations*), 3) Minat Pembelian Ulang, 4) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willigness to recommended*) 5) Ketidakpuasan Konsumen (*Customer Dissatisfaction*)..

Menurut Alimin (2022: 11) dalam Suyanto (2023:5) Mendefinisikan: ”Kualitas pelayanan adalah memastikan bahwa pelanggan puas dengan pengalaman mereka. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan pelanggan yang loyal dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain”. Menurut Tjiptono (2019: 146) dalam Ahyani. (2022:7) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh nasabah, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu Tangibles (Berwujud), Reliability

(Kehandalan), Responsiveness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini telah dibuktikan oleh berbagai penelitian dalam bidang manajemen dan pemasaran, Kualitas pelayanan yang baik mencakup interaksi yang ramah dan profesional antara staf apotek dan konsumen.

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131) “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu”. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu (Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto 2019:131). Beberapa pendapat para ahli tentang indikator harga, semuanya sama dengan Bannet dalam Rusyidi (2018: 47) yang mengemukakan Tarif, Promo harga, Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan, Harga sangat sesuai kualitas, Harga sangat murah. Harga yang kompetitif atau terjangkau dapat memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas ketika mereka merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan. Harga yang kompetitif meningkatkan persepsi nilai yang diterima konsumen. Harga yang terjangkau membuat produk kesehatan lebih mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

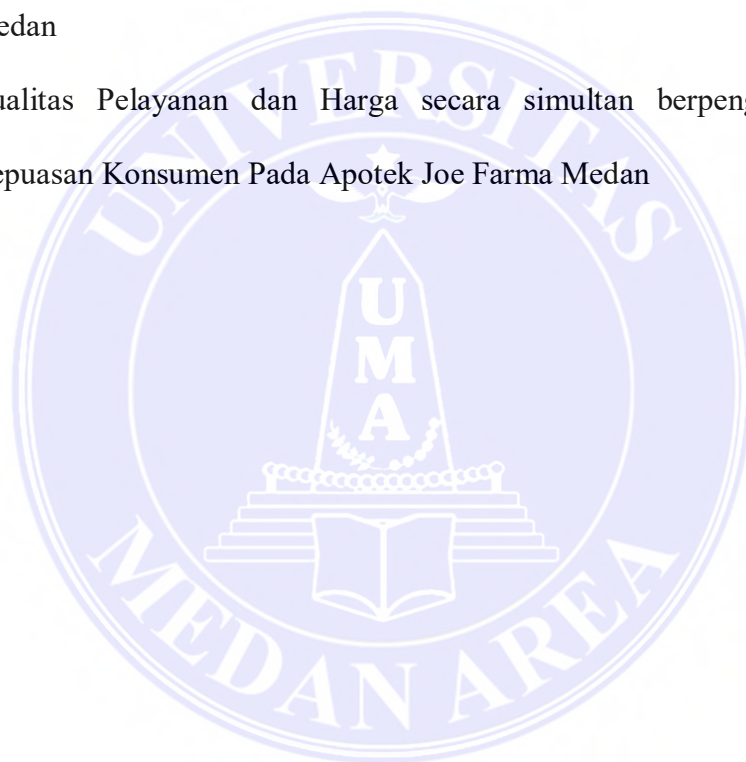


Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019) hipotesis adalah dugaan sementara hasil penelitian yang akan menjawab permasalahan penelitian. Berdasarkan hubungan antara variabel dalam penelitian tersebut memiliki hipotesis sebagai berikut:

- H₁ Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan
- H₂ Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan
- H₃ Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Joe Farma Medan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2019: 206) dalam Zazky (2020:6) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yaitu variabel Kualitas Pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Sugiyono (2019: 55) dalam Zazky (2020:6) metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yang ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat menabung

Dalam penelitian verifikatif ini, dilakukan penelitian langsung Pada konsumen Apotek Joe Farma Medan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel yang diteliti serta diketahui pengaruhnya antara variabel bebas dengan terikat.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Apotek Joe Farma Medan yang beralamat di Jl. M. Nawi Harahap No.128 C, Sitirejo III, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20218.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan dari bulan Januari 2024 sampai Juli 2024.

Berikut ini waktu penelitian yang peneliti rencanakan.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2021						2024					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	April	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept
1	Penyusunan Proposal												
2	Bimbingan Proposal												
3	Seminar Proposal												
3	Pengumpulan Data												
4	Analisis Data												
5	Seminar Hasil												
6	Pengajuan Meja Hijau												
7	Meja Hijau												

3.2 Populasi dan Sampel

3.3

3.2.1 Populasi

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Populasi atau universe adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Effendi, 2010).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 117).

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 135).

Populasi dalam ini adalah konsumen pada Apotik Joe Farma Medan yang jumlahnya tidak diketahui.

3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019: 81) bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Lameshow, hal ini karena populasinya tidak diketahui besarnya. Berikut adalah rumus Lameshow (Lemeshow S, 1997 : 54):

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan
- $Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
- P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%
- Q = $1 - P$
- L = Tingkat ketelitian 10%

Dengan jumlah populasi yang sangat besar dan belum diketahui besarnya secara pasti maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Maka dapat disimpulkan berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang diambil adalah sebesar 96,04 dibulatkan 100 orang yang merupakan konsumen Apotek Joe Farma Medan. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah menggunakan purposive sampling dengan kriteria lebih membeli 3 kali, berusia > 18 tahun dan bersedia menjadi subjek penelitian.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis pada besarnya pengaruh yang ditimbulkan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat menabung.

Variabel–variabel tersebut dioperasionalisasikan seperti yang dapat dilihat dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2019: 59) dalam Ahyani. (2022).	<ul style="list-style-type: none"> - Reliability (keandalan) - Responsiveness (daya tanggap) - Assurance (jaminan) - Empathy (empati) - Tangibles (wujud). 	Likert	1,2 3,4 5,6 7 8
Harga (X2)	Menurut Kotler dalam “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu”. Sunyoto (2019:131)	<ul style="list-style-type: none"> - Tarif - Kesesuaian diskon - Promo harga - Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan - Harga sangat sesuai kualitas - Harga sangat murah 		1,2 3,4 5,6 7,8,9 10,11 12,13
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan Keseluruhan - Konfirmasi 	Likert	1,2 3,4

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
	kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelang- gan akan puas. Kotler (2019: 177)	- Harapan - Minat Pembelian Ulang - Kesiediaan Merekomendasi kan Ketidakpuasan Konsumen		5,6 7,8 9,10

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengelolaan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung melalui kuisioner mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data maupun hasil peneliti lain yang telah di publikasikan. Pengumpulan data ini diperoleh dengan cara study dokumentasi yaitu data sekunder mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian perlu ditekankan dalam Teknik Pengumpulan Data ini. Beberapa Teknik Pengumpulan Data yang mendukung dalam penelitian ini diantaranya meliputi (Sugiyono, 2017: 199):

1. Wawancara

Yaitu pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara pembicaraan langsung dengan sumber data dalam hal ini dengan konsumen dan pemilik usaha mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

2. Kuesioner

Yaitu pengumpulan data primer berhubungan mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen yaitu dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis dan terstruktur kepada konsumen Apotek Joe Farma Medan.

3. Studi Dokumentasi

Yaitu data atau informasi yang didokumentasikan oleh Apotek Joe Farma Medan. Data berupa dokumen tentang sejarah perusahaan, visi dan misi, jenis produk dan cara pembuatan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Alat Pengujian Instrumen

Sebelum data perolehan dianalisis perlu dilakukan uji terhadap alat pengumpulan data melalui Uji Validitas & Uji Reabilitas, sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji Validitas item atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Untuk proses ini, akan digunakan Uji Korelasi Pearson Product Moment. Dalam uji ini, setiap

item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut. Banyak hal-hal lain yang akan mengurangi validitas data; misalnya apakah si pewawancara yang mengumpulkan data betul-betul mengikuti petunjuk yang telah ditetapkan dalam kuesioner (Sugiyono, 2017: 57). Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian:

Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid.

Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS 26.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data (Arikunto, 2014: 154). Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur gejala – gejala yang sama dan hasil pengukur itu reliable. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik cronbach Alpha.

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah:

Jika Cronbach Alpha $>$ 0,6, reliabel.

Jika Cronbach Alpha $<$ 0,6, tidak reliabel

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat.

A. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Pada prakteknya uji normalitas dibantu dengan menggunakan program SPSS V.25 for windows. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian secara visual dapat dilakukan dengan metode gambar normal probability plots dalam SPSS (Ghozali, 2016: 122).

B. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas juga pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas. Sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 160). Dengan bantuan menggunakan software SPSS versi 25.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05

(5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual (nilai eror) dari nilai observasi yang satu dengan observasi yang lain. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji Rank Spearman dengan dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2018):

- 1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya terjadi heteroskedastisitas.

C. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

1. $VIF > 5$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas
2. $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas
3. $Tolerance > 0,1$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas
4. $Tolerance < 0,1$ maka tidak terdapat multikolinearitas

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2019: 277). Regresi Linear Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas yang biasa disebut X^1 , X^2 , dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y.

Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2019: 275) dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen)

α = Konstanta

b = Angka arah atau Koefisien Regresi

X_1 = Variabel (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel Independen (Harga)

3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan pengkuadratan dari nilai korelasi (r^2). Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam persentase (Sugiyono, 2019: 160). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh yang terjadi yang dapat dihitung dengan rumus (Sugiyono, 2019: 102):

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh faktor lain di luar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\%$$

Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 26.0.

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis menurut (Sugiyono, 2013: 213) adalah sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Tujuan dari diujinya hipotesis adalah untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dalam taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$).

1) Penetapan Hipotesis Operasional

Secara Simultan

$H_0 : \rho_1 = 0$ Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a : \rho_1 \neq 0$ Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Secara Parsial

$H_{01} : \rho_1 = 0$ Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_{a1} : \rho_1 \neq 0$ Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_{02} : \rho_2 = 0$ Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_{a2} : \rho_2 \neq 0$ Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

1) Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial.

2) Kaidah Keputusan

Secara Simultan

Terima H_0 (Tolak H_a) jika Sig. $\rho \geq 0,05$

Tolak H_0 (Terima H_a) jika Sig. $\rho < 0,05$

Secara Parsial

Terima H_0 (Tolak H_a) jika: Sig. $\rho \geq 0,05$

Tolak H_0 (Terima H_a) jika: Sig. $\rho < 0,05$

Berdasarkan hasil analisis akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau tidak berdasarkan kaidah keputusan di atas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen” dengan studi kasus Konsumen Joe Farma Medan.

1. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Joe Farma Medan, artinya semakin baik pelayanan dan harga yang ditetapkan sesuai maka akan meningkatkan kepuasan konsumen
2. Terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, artinya semakin baik pelayanan yang diberikan maka menghasilkan kepuasan yang baik
3. Terdapat pengaruh pada variabel Harga positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, artinya semakin terjangkau harga dan mampu bersaing maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Pihak apotik harus memberikan pelayanan yang baik khususnya dari segi keramahan melayani, selanjutnya memberikan harga yang mampu bersaing dengan apotek lainnya.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan peneliti serupa yang dilakukan lebih mendalam dengan menggunakan objek penelitian dan

populasi yang berbeda untuk memvalidasi hasil peneliti ini. Selain itu dapat meneliti variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti untuk dapat mengungkapkan lebih banyak suatu permasalahan serta dapat memberikan temuan-temuan peneliti yang baru lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar dan Farida Puspa. (2015). *Peramalan Bisnis dan Ekonomi*. Mataram: Fakultas Pertanian Universitas Mataram.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Doyle. (2010). *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Danang Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Edisi 1; T. Admojo, ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Fitriawan, M. A. (2013). *Pengaruh Performance Management dan Assessment Center Terhadap Kinerja Karyawan*. 2.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariani. (2013). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG. *Manajemen*, 1(1).
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kamanda Tri Gumelar. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Resto Sambal Van Java Tembalang, Kota Semarang) *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4 (1), 12- 79, 2016.
- Kotler. (2019). *Marketing Managemen*. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, Hair, dan M. D. (2011). *Pemasaran* (Kesatu). Jakarta: Selemba Empat.
- Singarimbun dan Effendi. (2010). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M. dan J. S. (2011). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar. Ekonomi Perusahaan)* (5th ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu, I. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Ofset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Selemba Empat.
- Ade Syarif Maulana (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI *Jurnal Ekonomi* Volume 7 Nomor 2, <https://media.neliti.com/media/publications/78663-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-te.pdf>

Alvionita Sari (2022) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 4 No. 1, Bulan April Tahun 2022

P-ISSN: 2685-5526

Tanandy (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. Jurnal Kewarganegaraan Vol. 6, No. 2
<https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3602>

Handoko, Bagus. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. 18 (1), 61-72.

Susilo, Heri, Andi Tri Haryono dan Moh Mukery W. (2018) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Journal of Management. 4 (4), 1-20

Rhamadaniati (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)

Vol. 1, No. 1, August 2020 ISSN 2723-5432

pp. 1 – 10 <https://ejournal.jic.ac.id/ideb>

Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>

Kemaev, E. N. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya).

Bulletin of the Kalmyk Institute for Humanities of the Russian Academy of Sciences, 33(5), 82–92. <https://doi.org/10.22162/2075-7794-2017-33-5-82-92>

Rezki, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 4(3), 50–57.

Roring, F., Oroh, S., & Gulla, R. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(1), 1313–1322

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Wr,wb.

Dalam rangka Penulisan Skripsi di Universitas Medan Area yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana manajemen Fakultas Ekonomi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PUTRI RAUDAH JANNAH

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Apotek Joe Farma Medan).

Oleh karena, itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan waktu sejenak guna mengisi lembar kuisisioner ini dengan lengkap dan sesuai dengan petunjuk yang tertera.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan, kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuisisioner ini adalah bantuan yang sangat berharga bagi saya. Saya ucapkan terimakasih atas kerjasamanya.

Hormat Saya

PUTRI RAUDAH JANNAH

1. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon terlebih dahulu Bapak/Ibu membaca pernyataan dengan cermat sebelum mengisinya
2. Beri tanda centang (√) yang menjadi pilihan jawaban Bapak/Ibu yang telah disediakan

Keterangan :

- Sangat setuju = SS
- Setuju = S
- Kurang Setuju = KS
- Tidak setuju = TS
- Sangat tidak setuju = STS

Karakteristik Responden:

1. Jenis kelamin Anda?

Perempuan

Laki-laki

2. Daerah Asal ?

Bandung

Luar Bandung

3. Status Pernikahan ?

Menikah

Belum Menikah

4. Berapa usia Anda saat ini ?

20 – 30 Tahun

30 – 40 Tahun

40 – 50 Tahun

5. Pendidikan?

SMA

D1

S1

Kualitas Pelayanan (X1)

Tangible (berwujud)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apotek Joe Farma Medan memiliki tempat yang nyaman					
2.	Lokasi Apotek Joe Farma Medan mudah untuk ditemukan					
Reliability (kehandalan)						
3.	Pegawai Apotek Joe Farma Medan memiliki kemampuan dalam memenuhi harapan konsumen					
4.	Keakuratan pemberian obat Apotek Joe Farma Medan pada saat saya membeli					
Responsivness (ketanggapan)						
5.	Saya tidak terlalu lama mengantri dalam menunggu obat atau membayar					
6.	Ketika saya membutuhkan sesuatu, karyawan Apotek Joe Farma Medan memiliki banyak waktu luang untuk membantu saya					
Assurance (jaminan)						
7.	Apotek Joe Farma Medan selalu menjaga pelayanan yang baik					
Emphaty (Empati)						
8.	Apotek Joe Farma Medan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan saya					

Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Tarif					
1	Adanya resep obat import yang tarif pajak masuk mahal yang menyebabkan harga obat tinggi					
2	Harga obat luar cukup mahal					
	Kesesuaian Diskon					
3	Adanya diskon harga dari pembelian nominal tertentu					
4	Merasa puas dengan diskon dari produk tertentu					
	Promo Harga					
5	Adanya promosi produk tertentu dengan setengah harga					
6	Waktu promosi sangat banyak setiap bulannya					
	Harga sangat terjangkau untuk semua kalangan					
7	Harga yang ditawarkan mampu dijangkau					

8	Harga obat resep mampu dijangkau dan tidak terlalu mahal					
9	Obat yang ditawarkan bervariasi dari segi harga menyesuaikan					
	Harga Sangat Sesuai Kualitas					
10	Kualitas obat sesuai dengan harga yang ditetapkan					
11	Setiap varian obat sejenis memiliki harga berbeda dan kualitas kepatenan yang berbeda					
	Harga sangat murah					
12	Harga obat primer sehari-hari sangat terjangkau					
13	Harga yang ditawarkan bervariasi dari yang mahal sampai terendah					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kepuasan Keseluruhan					
1	Saya merasa produk Obat mampu membantu dalam penyembuhan					
2	Saya merasa puas akan kualitas Obat					
	Konfirmasi Harapan					
3	Saya merasa produk Obat telah sesuai dengan harapan penggunaannya					
4	Saya merasa Obat sesuai standar keamanan konsumsi					
	Minat Pembelian Ulang					
5	Saya berniat membeli kembali obat jika dibutuhkan					
6	Saya merasa akan membeli ulang jika kekurangan resep Obat					
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan					
7	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli Obat					
8	Saya merasa Obat layak dikenalkan ke siapapun khususnya para pasien yang mengambil resep					
	Ketidakpuasan Konsumen					
9	Saya tidak memiliki <i>feedback</i> negatif dari penggunaan Obat					
10	Saya mampu menerima kekurangan pelayanan apotik					

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisiener

Variabel X1

Res	1	2	3	4	5	6	7	8	X1
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	2	1	3	1	2	3	18
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	5	5	5	5	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	4	4	5	4	4	4	32
8	4	5	4	5	4	5	4	4	35
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	5	4	5	4	4	5	4	35
14	4	4	4	4	4	4	4	5	33
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	5	5	4	5	5	4	36
17	4	4	4	5	4	4	4	4	33
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	3	4	5	5	5	5	4	35
21	3	5	4	5	5	5	4	4	35
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	4	4	5	4	4	4	4	34
25	5	4	5	5	5	5	5	5	39
26	4	4	5	5	5	5	4	4	36
27	4	4	5	5	5	5	5	5	38
28	4	5	5	4	4	4	4	5	35
29	4	5	5	4	5	5	4	4	36
30	4	4	5	4	4	4	4	5	34
31	4	4	5	4	5	5	4	5	36
32	4	4	4	4	4	5	5	5	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	3	4	4	3	30
35	4	4	4	4	4	4	4	5	33
36	4	5	5	5	3	4	4	5	35
37	4	4	4	4	4	5	5	5	35
38	4	4	4	4	3	4	4	3	30
39	4	4	5	4	4	4	4	4	33
40	4	4	4	5	4	5	5	5	36
41	4	4	5	4	5	5	4	5	36
42	5	5	5	5	5	5	4	5	39
43	5	4	5	5	4	4	4	5	36
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	5	5	4	4	4	4	34
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	4	4	4	4	5	4	5	5	35
49	4	4	5	4	4	5	5	5	36
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	5	5	4	4	4	4	34

52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	4	3	3	4	5	5	4	33
54	4	4	5	5	5	5	5	5	38
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	5	4	4	33
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	5	5	4	5	5	4	5	37
60	4	3	5	5	4	2	2	4	29
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	5	5	4	5	5	4	5	37
64	4	4	4	4	4	5	5	5	35
65	4	5	4	5	5	5	4	5	37
66	4	5	4	4	4	4	5	4	34
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	5	5	5	5	5	4	5	38
71	4	4	4	4	4	4	4	5	33
72	4	4	5	5	4	4	4	4	34
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	4	5	4	5	4	5	35
76	4	4	4	4	5	4	5	4	34
77	4	4	5	5	4	4	5	4	35
78	4	4	4	4	4	4	4	5	33
79	4	5	4	4	5	5	5	4	36
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	5	4	5	4	5	4	4	4	35
83	4	4	4	4	4	5	4	5	34
84	4	4	4	4	4	4	4	5	33
85	4	5	4	5	4	5	4	5	36
86	4	5	4	5	4	5	4	5	36
87	5	4	5	5	5	5	5	4	38
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	5	4	4	5	4	4	5	5	36
90	5	4	5	5	4	4	4	4	35
91	4	4	3	3	3	4	3	3	27
92	4	5	5	5	5	5	4	4	37
93	4	4	4	4	4	4	5	4	33
94	3	4	4	4	4	4	4	4	31
95	4	4	5	5	4	4	4	3	33
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	4	4	5	5	4	4	5	4	35
98	4	5	3	4	4	4	5	5	26
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	4	5	5	4	4	4	4	35
	415	423	435	437	426	435	427	436	3434

Variabel X2

Res	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	X2
1	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	57
2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	59
4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52
5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	54
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
8	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	55
9	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	54
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
11	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	51
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
13	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	51
14	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	61
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	55
20	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	2	46
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	55
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
25	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	58
26	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	56
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	62
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
30	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	53
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
32	4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	51
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
35	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	54
36	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	51
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	54
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
39	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	57
40	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
42	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	53
43	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	3	1	27
44	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	56
46	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
47	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	51
48	4	5	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	56
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
52	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
53	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	55

54	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	53
56	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	58
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	53
58	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	47
59	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	62
60	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	56
61	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	57
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	53
65	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	61
66	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	57
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	54
69	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	57
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	62
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	55
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
73	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	51
74	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	46
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
76	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	59
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	62
78	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	46
79	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52
80	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	58
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
82	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	59
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
85	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	62
86	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	62
87	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	61
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
89	4	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	57
90	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	59
91	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	47
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	57
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
94	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	50
95	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	53
96	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	46
97	4	4	2	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	54
98	4	4	3	1	4	3	4	4	4	2	3	3	3	42
99	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62
100	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	57
	421	433	395	402	423	420	412	410	416	434	435	425	434	5460

Variabel Y

Res	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
1	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	46
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	43
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
20	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	26
21	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
26	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
35	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
36	5	2	4	4	5	4	4	5	4	4	41
37	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	41
38	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
39	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	24
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43

54	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
61	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	41
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
66	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
67	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
68	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
69	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
70	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
71	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
72	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
73	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
74	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
75	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
76	5	5	3	4	4	5	3	4	3	4	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
79	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	35
80	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
84	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
85	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
86	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
87	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	46
90	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
91	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
93	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
94	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
95	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
96	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
97	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
98	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
	446	421	417	435	427	436	415	432	423	429	4281

Lampiran 13 MSI

Variabel X1

1	2	3	4	5	6	7	8	X1
2,841	2,921	4,387	3,101	4,123	4,631	2,989	4,029	29,023
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	2,989	4,029	33,785
4,491	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	4,029	29,134
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	26,004
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	2,921	2,885	3,101	4,123	3,107	4,559	4,029	27,566
2,841	2,921	4,387	3,101	2,614	4,631	4,559	4,029	29,083
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	26,004
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	2,921	1,533	1,681	2,614	4,631	4,559	2,548	24,979
2,841	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	32,087
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	4,631	2,989	2,548	24,531
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	4,539	4,387	3,101	4,123	4,631	2,989	4,029	30,641
2,841	1,000	4,387	4,596	2,614	1,489	1,000	2,548	20,475
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	4,539	4,387	3,101	4,123	4,631	2,989	4,029	30,641
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	4,631	4,559	4,029	27,581
2,841	4,539	2,885	4,596	4,123	4,631	2,989	4,029	30,634
2,841	4,539	2,885	3,101	2,614	3,107	4,559	2,548	26,194
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	2,989	4,029	32,136
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	24,488
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	26,004
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	4,596	2,614	4,631	2,989	4,029	27,507
2,841	2,921	2,885	3,101	4,123	3,107	4,559	2,548	26,085
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	4,559	2,548	27,573
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	24,488
2,841	4,539	2,885	3,101	4,123	4,631	4,559	2,548	29,228
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	8,000
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	32,087
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
1,000	2,921	2,885	3,101	4,123	3,107	2,989	2,548	22,674
2,841	4,539	2,885	4,596	2,614	4,631	2,989	2,548	27,644
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	4,539	2,885	4,596	2,614	3,107	4,559	2,548	27,689
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	24,488

2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	4,631	4,559	2,548	29,098
2,841	2,921	2,885	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	24,502
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
2,841	1,000	2,885	4,596	4,123	4,631	4,559	2,548	27,183
1,000	4,539	2,885	4,596	4,123	4,631	2,989	2,548	27,312
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	2,921	2,885	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	26,151
4,491	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	33,737
2,841	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	2,989	2,548	29,037
2,841	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	32,087
2,841	4,539	4,387	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	27,608
2,841	4,539	4,387	3,101	4,123	4,631	2,989	2,548	29,160
2,841	2,921	4,387	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	25,990
2,841	2,921	4,387	3,101	4,123	4,631	2,989	4,029	29,023
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	4,631	4,559	4,029	27,581
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	2,885	3,101	1,000	3,107	2,989	1,000	19,845
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	24,488
2,841	4,539	4,387	4,596	1,000	3,107	2,989	4,029	27,488
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	4,631	4,559	4,029	27,581
2,841	2,921	2,885	3,101	1,000	3,107	2,989	1,000	19,845
2,841	2,921	4,387	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	24,509
2,841	2,921	2,885	4,596	2,614	4,631	4,559	4,029	29,076
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	2,921	4,387	3,101	4,123	3,107	2,989	2,548	27,667
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	4,631	2,989	4,029	26,012
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	4,029	24,488
2,841	4,539	2,885	4,596	2,614	4,631	2,989	4,029	29,125
2,841	4,539	2,885	4,596	2,614	4,631	2,989	4,029	29,125
4,491	2,921	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	2,548	32,256
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
4,491	2,921	2,885	4,596	2,614	3,107	4,559	4,029	29,202
4,491	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	27,653
2,841	2,921	1,533	1,681	1,000	3,107	1,459	1,000	15,542
2,841	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	2,989	2,548	30,655
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	4,559	2,548	24,576
1,000	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	21,166
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	1,000	24,456
2,841	2,921	2,885	3,101	2,614	3,107	2,989	2,548	23,007
2,841	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	4,559	2,548	27,573
1,000	2,921	1,000	1,681	1,000	1,703	2,989	2,548	14,842
4,491	4,539	4,387	4,596	4,123	4,631	4,559	4,029	35,355
4,491	2,921	4,387	4,596	2,614	3,107	2,989	2,548	27,653

Variabel X2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	X2
3,325	4,326	3,478	2,260	3,317	2,634	4,961	3,262	4,623	4,405	3,129	4,144	4,649	48,513
4,985	4,326	4,909	3,592	4,867	4,166	3,460	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	57,500
4,985	4,326	3,478	3,592	4,867	2,634	4,961	3,262	4,623	4,405	4,631	2,628	3,121	51,514
3,325	2,780	2,159	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	4,623	2,899	3,129	2,628	3,121	40,930
3,325	2,780	2,159	3,592	4,867	2,634	3,460	1,905	4,623	4,405	4,631	2,628	3,121	44,131
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	4,623	2,899	3,129	2,628	3,121	42,249
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	4,166	4,961	3,262	3,177	2,899	3,129	4,144	3,121	45,351
4,985	2,780	3,478	3,592	1,753	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	2,628	4,649	43,933
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
3,325	2,780	3,478	2,260	3,317	2,634	3,460	1,905	1,870	4,405	4,631	2,628	3,121	39,814
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	5,093	3,317	2,634	2,077	3,262	3,177	1,533	1,681	2,628	4,649	39,635
4,985	4,326	3,478	3,592	4,867	4,166	4,961	3,262	3,177	4,405	4,631	4,144	4,649	54,643
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	4,649	42,331
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	4,144	4,649	45,353
1,489	2,780	2,159	3,592	3,317	1,000	2,077	1,905	1,870	4,405	4,631	2,628	1,489	33,341
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	4,144	4,649	45,353
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	4,649	42,331
4,985	4,326	3,478	5,093	3,317	4,166	4,961	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	4,649	50,070
3,325	4,326	4,909	5,093	3,317	2,634	4,961	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	46,782
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	2,899	3,129	4,144	3,121	55,966
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	1,000	1,000	4,405	4,631	4,144	4,649	43,962
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	2,159	1,596	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	3,121	40,495
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	4,326	2,159	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	4,631	2,628	4,649	44,060
3,325	2,780	1,000	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	4,144	3,121	39,841
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	3,121	43,810
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	4,867	2,634	3,460	4,741	4,623	2,899	3,129	4,144	4,649	48,323
4,985	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	44,009
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	2,260	3,317	2,634	3,460	1,905	1,870	4,405	4,631	4,144	4,649	42,858
1,000	1,000	2,159	1,596	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	14,755
3,325	2,780	2,159	2,260	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	38,152
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	4,144	4,649	46,854
3,325	2,780	3,478	5,093	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	42,304
3,325	1,000	3,478	3,592	3,317	1,000	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	4,144	3,121	38,904
3,325	4,326	2,159	2,260	3,317	2,634	4,961	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	4,649	47,154
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	2,159	2,260	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	38,152
3,325	4,326	2,159	3,592	3,317	2,634	3,460	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	3,121	45,457
3,325	2,780	3,478	2,260	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	39,471
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	4,166	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	42,334
3,325	4,326	3,478	3,592	4,867	4,166	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	4,649	49,966

3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	4,631	2,628	3,121	42,305
3,325	2,780	2,159	3,592	1,753	2,634	2,077	1,905	1,870	2,899	3,129	2,628	3,121	33,873
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	1,489	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	57,030
3,325	2,780	2,159	2,260	3,317	4,166	3,460	4,741	4,623	2,899	4,631	4,144	4,649	47,155
3,325	2,780	3,478	5,093	4,867	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	4,631	4,144	4,649	48,401
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	4,631	2,628	3,121	42,305
3,325	2,780	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	3,262	3,177	4,405	4,631	4,144	4,649	54,370
3,325	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	4,144	4,649	48,400
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	60,502
3,325	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	2,628	3,121	43,854
4,985	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	4,144	4,649	48,559
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	3,129	2,628	3,121	55,956
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	4,144	4,649	45,353
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	4,649	42,331
3,325	4,326	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	1,905	1,870	2,899	3,129	2,628	3,121	39,684
3,325	2,780	2,159	2,260	3,317	2,634	2,077	1,905	1,870	2,899	3,129	1,000	3,121	32,476
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
4,985	4,326	2,159	5,093	4,867	4,166	3,460	4,741	4,623	4,405	4,631	1,000	3,121	51,578
4,985	4,326	4,909	5,093	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	2,899	3,129	2,628	4,649	55,978
3,325	2,780	2,159	2,260	3,317	2,634	2,077	1,905	1,870	2,899	3,129	1,000	3,121	32,476
3,325	1,000	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	3,129	2,628	3,121	40,528
4,985	2,780	3,478	3,592	4,867	2,634	3,460	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	4,649	49,969
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	4,326	3,478	5,093	3,317	4,166	3,460	4,741	4,623	4,405	3,129	4,144	3,121	51,328
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	4,649	42,331
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
4,985	4,326	4,909	3,592	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	4,649	55,979
4,985	4,326	4,909	3,592	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	4,649	55,979
3,325	4,326	3,478	3,592	4,867	2,634	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	54,377
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	4,326	2,159	2,260	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	2,899	4,631	2,628	3,121	48,708
3,325	4,326	3,478	5,093	4,867	4,166	4,961	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	3,121	51,440
3,325	2,780	3,478	3,592	1,753	1,000	3,460	3,262	3,177	1,533	1,681	1,000	3,121	33,163
3,325	2,780	4,909	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	4,144	4,649	48,286
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	2,634	3,460	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	40,803
3,325	2,780	3,478	3,592	3,317	1,000	2,077	3,262	3,177	2,899	3,129	2,628	3,121	37,785
3,325	4,326	4,909	3,592	3,317	2,634	2,077	1,905	1,870	4,405	4,631	2,628	3,121	42,740
3,325	2,780	2,159	3,592	1,753	1,000	2,077	1,905	1,870	2,899	3,129	2,628	3,121	32,238
3,325	2,780	1,000	3,592	4,867	2,634	4,961	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	3,121	44,384
3,325	2,780	2,159	1,000	3,317	1,000	3,460	3,262	3,177	1,000	1,681	1,000	1,703	28,864
4,985	4,326	2,159	3,592	4,867	4,166	4,961	4,741	4,623	4,405	4,631	4,144	4,649	56,250
4,985	2,780	3,478	3,592	4,867	4,166	3,460	3,262	3,177	4,405	4,631	2,628	3,121	48,553

Variabel Y

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
4,267	4,668	4,003	4,631	2,989	4,029	3,191	2,934	3,350	3,211	37,273
4,267	4,668	4,003	4,631	2,989	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	43,349
4,267	4,668	2,522	3,107	2,989	4,029	4,646	4,423	4,890	3,211	38,752
4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,200
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	1,870	2,934	1,816	3,211	26,813
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	4,668	2,522	3,107	4,559	4,029	4,646	2,934	4,890	3,211	38,833
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	3,211	43,326
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	3,081	1,000	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,677
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	4,668	1,000	4,631	4,559	2,548	3,191	4,423	3,350	3,211	34,316
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	4,631	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,192
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	4,668	2,522	4,631	2,989	4,029	4,646	4,423	4,890	3,211	40,276
1,000	1,533	1,000	1,489	1,000	2,548	1,000	1,000	1,000	1,489	13,058
4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	1,597	3,350	3,211	29,863
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	4,668	2,522	4,631	2,989	4,029	4,646	4,423	4,890	3,211	40,276
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
2,736	3,081	4,003	4,631	2,989	4,029	3,191	4,423	3,350	4,803	37,235
4,267	3,081	2,522	3,107	4,559	2,548	4,646	2,934	3,350	3,211	34,224
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	4,003	4,631	2,989	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	40,230
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	4,029	1,870	2,934	3,350	3,211	29,828
2,736	3,081	1,000	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	28,146
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	1,000	3,107	2,989	2,548	1,870	2,934	3,350	3,211	26,824
4,267	3,081	4,003	4,631	2,989	4,029	4,646	4,423	3,350	3,211	38,628
4,267	1,000	2,522	3,107	4,559	2,548	3,191	4,423	3,350	3,211	32,177
4,267	3,081	1,000	3,107	4,559	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,247
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	4,029	3,191	2,934	3,350	3,211	31,149
4,267	3,081	2,522	4,631	4,559	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	34,293
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,870	1,000	1,816	1,000	11,685
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	3,081	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	43,331
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668

2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	3,081	2,522	4,631	2,989	2,548	3,191	4,423	3,350	4,803	35,805
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,200
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	4,003	3,107	4,559	2,548	3,191	4,423	3,350	3,211	34,207
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	4,029	3,191	2,934	3,350	3,211	31,149
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	37,361
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
2,736	3,081	2,522	4,631	4,559	2,548	3,191	4,423	4,890	4,803	37,384
2,736	3,081	2,522	4,631	2,989	2,548	3,191	4,423	1,816	3,211	31,148
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	3,081	2,522	4,631	4,559	4,029	4,646	2,934	3,350	4,803	38,821
4,267	3,081	2,522	4,631	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	4,803	34,316
4,267	3,081	2,522	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	41,850
4,267	3,081	4,003	3,107	2,989	4,029	3,191	4,423	3,350	3,211	35,650
2,736	3,081	4,003	4,631	2,989	2,548	3,191	4,423	4,890	4,803	37,294
2,736	3,081	4,003	3,107	2,989	4,029	4,646	4,423	3,350	4,803	37,165
2,736	3,081	2,522	4,631	2,989	4,029	3,191	2,934	4,890	3,211	34,213
4,267	3,081	2,522	4,631	4,559	4,029	3,191	4,423	4,890	4,803	40,396
4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,200
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	1,000	3,191	2,934	3,350	3,211	28,120
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	4,029	1,870	2,934	3,350	3,211	29,828
4,267	4,668	1,000	3,107	2,989	4,029	1,870	2,934	1,816	3,211	29,891
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	1,000	3,191	2,934	3,350	3,211	28,120
2,736	1,533	1,000	3,107	2,989	2,548	1,000	1,597	3,350	3,211	23,070
4,267	3,081	2,522	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	3,350	3,211	38,718
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
4,267	4,668	2,522	4,631	2,989	4,029	3,191	2,934	3,350	3,211	35,792
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	4,029	1,870	2,934	3,350	3,211	29,828
4,267	3,081	2,522	4,631	2,989	4,029	3,191	4,423	3,350	3,211	35,694
4,267	3,081	2,522	4,631	2,989	4,029	3,191	4,423	3,350	3,211	35,694
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	2,548	3,191	4,423	4,890	4,803	41,983
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	29,668
2,736	3,081	4,003	3,107	4,559	4,029	3,191	4,423	4,890	4,803	38,820
4,267	4,668	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	4,803	34,380
2,736	3,081	1,000	3,107	1,459	1,000	3,191	1,597	1,816	3,211	22,196
2,736	3,081	2,522	4,631	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	4,803	32,785
2,736	3,081	2,522	3,107	4,559	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,238
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	1,870	2,934	3,350	3,211	28,347
2,736	3,081	2,522	3,107	2,989	1,000	1,870	2,934	3,350	3,211	26,799

4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	3,211	31,200
4,267	4,668	2,522	3,107	4,559	2,548	3,191	2,934	3,350	4,803	35,949
2,736	3,081	2,522	1,703	2,989	2,548	3,191	2,934	3,350	4,803	29,856
4,267	4,668	4,003	4,631	4,559	4,029	4,646	4,423	4,890	4,803	44,918
4,267	3,081	2,522	3,107	2,989	2,548	4,646	4,423	3,350	4,803	35,736



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1576/ FEB / 01.1/ VI/2024 18 Juni 2024
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Apotek Joe Farma Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

Nama : PUTRI RAUDAH JANNAH
NPM : 178320319
Program Studi : MANAJEMEN
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Apotek Joe Farma Medan)**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

A.n Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi
Program Studi Manajemen


Alfito, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal



APOTEK JOE FARMA

Jl. M. Nawih Harahap NO. 128 C, Sitirejo III,
Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:


Nama : Putri Raudah Jannah

Npm : 178320319

Adalah benar telah selesai melakukan riset atau penelitian pada Apotek Joe Farma sejak tanggal 22 Juni-22 Juli dengan judul penelitian 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Apotek Joe Farma Medan)'.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar yang berkepentingan maklum

Medan, 22 Juli 2024


Yusra Tambunan

