

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APOTEK CANGKIRAN

Erki Arfianto¹, Nadia Anggi Lestari², Ery Ardiyanti Ningtyas³

^{1,3} Program studi Profesi Apoteker, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Indonesia

² Apotek Cangkiran Semarang, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Aug 27, 2024

Revised Sep 12, 2024

Accepted Sep 30, 2024

Keywords:

Price

Service

Customer Satisfaction

Pharmacy

ABSTRACT

Health is an important factor in life because with health, everyone is able to carry out activities smoothly without any interference (Kuniano, 2015). To support this health, health facilities are needed, one of which is a pharmacy. A pharmacy is one of the pharmaceutical service facilities as a place of practice for pharmacists. Pharmacy practitioners must know how to make pharmaceutical activities provide satisfaction and benefits for patients or consumers by providing complete drug information, comfortable facilities, communicating in easy-to-understand language, being able to understand consumer needs, appearing polite and courteous, friendly in conveying information, and providing fast and precise service to patients or consumers. Customer perceptions of prices, for example expensive, cheap or appropriate, have a strong influence on purchasing interest and purchase satisfaction (Herlina & Tugiono, 2021). The aim of the research was to ascertain how customer satisfaction at Cangkiran Pharmacy is impacted by pricing and service quality. However, it should be based on an Islamic perspective for pharmaceutical service activities to run with blessings and goodness. This research uses a quantitative approach method, which is a process of seeking knowledge with data in the form of numbers as a tool in analyzing information related to something to be known. Data is collected through the use of written questions (questionnaires).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Erki Arfianto,

Program Studi Profesi Apoteker Fakultas Farmasi,

Universitas Islam Sultan Agung Semarang,

Jalan Kaligawe Raya Km.4 Terboyo Kulon, Kec.Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah

Email: erkiarfianto@unissula.ac.id

1. INTRODUCTION

Salah satu bentuk kebutuhan dasar pada manusia ialah kesehatan, sebab kesehatan menjadi hak untuk tiap insan manusia (Ardinata, 2020). Upaya kesehatan yaitu kegiatan dalam pemeliharaan dan peningkatan kesehatan serta tempat guna penyelenggaraan dinamakan sebagai sarana kesehatan. Sarana kesehatan memiliki fungsi agar melaksanakan pengupayaan kesehatan

mendasar ataupun sebagai usaha kesehatan perujukan maupun usaha penunjang kesehatan (Amalia, 2019). Apotek menjadi salah satunya sarana kesehatan dalam pelayanan kefarmasian. Apotek menjadi sarana layanan farmasi sebagai tempat prakteknya apoteker. Untuk pelayanan farmasi apoteker harusnya melakukan penerapan standar layanan farmasinya yang tujuannya dalam peningkatan mutu layanan farmasi, menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian, serta perlindungan pasien dan masyarakat dalam menggunakan obat yang tidak berasional untuk tujuan menyelamatkan pasien (Yuniar & Handayani, 2016).

Standar layanan farmasi sebagai tolak ukurnya yang digunakan menjadi pedoman untuk tenaga farmasi supaya penyelenggaraan layanan farmasi. Standar layanan farmasi diapotek dimuat pada aturan MenKes RI No. 73/ 2016 (Diana et al., 2019). Terdapat tiga kunci untuk memberikan pelayanan yang unggulan terhadap konsumen. Pertama, mampu memahami kebutuhan serta keinginan konsumen. Kedua, pengembangan data yang lebih berakurat dibanding pesaing (meliputi data kebutuhan serta keinginannya tiap konsumen dan berubahnya keadaan pesaing). Ketiga, memanfaatkan informasi yang di peroleh dari periset pasar untuk pengembangan relationship (Edy et al., 2018).

Dalam produk jasa suatu perusahaan harusnya bisa membangunkan sistem manajemen berkualitas total yang dapat mengidentifikasi dan memberi kepuasan pada pelanggan. Manajemen perusahaan memperhatikan harapan konsumen, kinerja maupun penilaian dalam kualitas layanan konsumen. Harga dalam prinsip ialah timbal balik seorang dalam mendapatkan barang ataupun jasa yang diperlukan. Persepsi konsumen tentang harga, seperti apakah mahal, murah, atau sesuai, memberi pengaruh besar pada niat mereka untuk membeli barang dan tingkat kepuasan mereka dengan barang tersebut. Strategi untuk penentuan harga (pricing) bisa memberi pengaruh konsumen agar memutuskan membeli produk. Konsep harga yaitu sejumlah yang dibebankan pada sebuah produk ataupun jasa, maupun sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dalam manfaatnya sebab mempunyai ataupun penggunaan produk ataupun jasa itu (Herlina & Tugiono, 2021).

Untuk memberi layanan seseorang muslim harusnya dengan prinsip dalam nilai syariah agar terwujud ketaqwaan untuk menjalani syariat islam. Dasar konsep untuk memberi layanan baik pada pelanggan bisa ditemukan pada Al-Qur'an surat Al- Imran ayat 159 berisi:

فِيْمَا رَحِمَ بِنَ اللَّهِ إِنَّهُ يَنْتَ لَهُمْ وَيَلُو كُنْتَ قَطًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَغْفِرَ لَكَ مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (Q.S. Al-Imran ayat 159).

Berdasarkan ayat tersebut diatas bisa diambil simpulan jika tiap umat muslim harusnya perilaku berlemah lembut supaya orang merasakan kenyamanan, sama seperti seseorang pelanggan yang harusnya mendapat layanan sehingga layanan yang baik bisa memberi efek untuk pebisnis yakni kepuasan pada pelanggan. Berdasar latar belakang tersebut dan keinginannya mengelolakan Apotek Cangkiran agar diketahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga kepada kepuasan konsumen Apotek Cangkiran.

2. RESEARCH METHOD

Populasi dan Sampel

Lokasi penelitian dilaksanakan di Apotek Cangkiran yang merupakan salah satunya apotek yang ada di desa Cangkiran, Kecamatan Mijen, Kabupaten Semarang. Penelitian ini didesain bermetode asosiatif melalui pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menjadi sebuah proses ditemukan pengetahuan dengan data berupa angka menjadi alat menganalisiskan keterangan terkait sesuatu yang hendak diketahui (Abdul Gofur, 2019). Populasi pada penelitian ini merupakan semua konsumen yang membeli obat di Apotek Cangkiran dengan syarat memenuhi kriteria Inklusi.

Populasi responden minimal sampel yang dapat digunakan dalam suatu penelitian yakni sebanyak 30 sampel (Widyaningrum et al., 2023). Kriteria Inklusi dan Eksklusi sebagai berikut :

a. Kriteria Inklusi

1. Pelanggan Apotek Cangkiran
2. Berusia lebih dari 17 tahun
3. Membeli obat dengan resep dokter atau tanpa resep dokter
4. Beragama islam
5. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner

b. Kriteria Eksklusi

1. Pelanggan non Muslim
2. Pelanggan yang tidak bersedia mengisi kuesioner
3. Pelanggan yang mengundurkan diri menjadi kuesioner

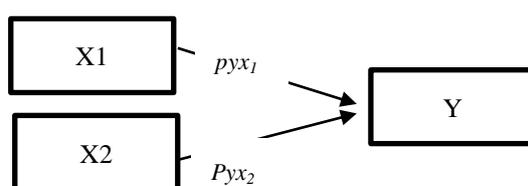
Teknik Pengumpulan Data

Teknik terkumpulnya data melalui kuesioner, yakni peneliti menyebarkan berupa kertas yang berisi pertanyaan yang sudah melalui *screening question* yang digunakan dalam kuesioner. Metode terambilnya sampel dilaksanakan melalui metode insidal, yakni teknik menentukan sampel berdasar kebetulan, ialah siapapun yang dengan kebetulan ataupun insidental ditemui peneliti bisa dipergunakan menjadi sampel yang memenuhi kriteria Inklusi (Sugiyono, 2017). Penyebaran kuesioner bersifat tertutup kepada sejumlah sampel responden yang telah mengisi informed consent dan dapat dianggap memenuhi perwakilan seluruh populasi. Pada penelitian ini tidak menggunakan kajian etik dikarenakan tidak memberikan intervensi secara langsung kepada responden.

Dalam menganalisis jawaban dari responden dengan menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2017). Pada skala tersebut terdapat 5 kategori penilaian yang dapat mewakili dari jawaban responden, yakni skala tersebut dimulai dari sangat tidak setuju (STS) dengan nilai angka 1, tidak setuju (TS) dengan nilai angka 2, ragu-ragu (RR) dengan nilai angka 3, setuju (S) dengan nilai angka 4, dan sangat setuju (SS) dengan nilai angka 5.

Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan juga variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga, serta menggunakan 1 variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran. Maka desain dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

- X1: variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan apotek cangkiran
- X2: variabel biaya obat-obatan di apotek cangkiran
- Y: faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di apotek cangkiran
- pyx_1 : efek variabel kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen
- pyx_2 : efek variabel harga pada kepuasan konsumen

Instrumen Penelitian

Validitas instrumen menunjukkan hasil dari sebuah pengukuran yang menggambarkan dari segi aspek yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut dapat dikatakan valid atau tidak. Kriteria dari pengambilan keputusan dalam menentukan validitas sebagai berikut. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak valid. Dalam menghitung validitas peneliti menggunakan program IBM SPSS versi 23. Uji reliabilitas yaitu instrumen yang bila

digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Artinya instrumen dikatakan reliabel apabila digunakan berkali-kali untuk mengukur tetap menghasilkan data yang sama (Handayani & Subakti, 2020). Untuk menunjukkan hasil realibilitas, penelitian ini dilakukan dengan menguji statistik cronbach alpha dengan bantuan program SPSS. Hasil uji dianggap reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6, dan sebaliknya (Mariansyah & Syarif, 2020).

Penelitian ini memilih teknik penganalisisan regresi linier berganda dengan fungsi agar meramal bagaimana kondisi (kenaikan penurunan) variabel dependen (kriterium), jika dua ataupun lebih variabel independen menjadi faktor prediator dimanipulasikan (nilai dinaikturunkan). Penganalisisan regresi berganda dilaksanakan jika jumlahnya variabel independen minimal 2 (dua). Dipergunakan model regresi linier ganda (multiple linier regression) dengan standar berbentuk $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$ (Sugiyono, 2017).

Pengujian T yaitu uji koefisien regresi dengan parsial yang dipergunakan agar diketahui apa dengan parsial variabel independen mempengaruhi dengan signifikan pada variabel dependen. Signifikansinya yang dipergunakan untuk pengujian t ini sejumlah 0,05. Kemudian adanya perbedaan kriteria yang dipergunakan (Mariansyah & Syarif, 2020),

1. Ho ditolak dan Ha diterima, bila t hitungnya $> t$ tabel.
2. Ho diterima dan Ha ditolak, bila t hitungnya $< t$ tabel.

Uji Simultan (F) model regresi dengan simultan diujikan dengan memperlihatkan nilai signifikannya (sig) yang apabila nilai sig $< 0,05$ sehingga variabel independen punya pengaruh pada variabel dependen. Kemudian adanya perbedaan kriteria yang dipergunakan,

1. Ho ditolak dan Ha diterima, bila F hitungnya $> F$ tabel.
2. Ho diterima dan Ha ditolak, bila F hitungnya $< F$ tabel (Mariansyah & Syarif, 2020).

Penilaian Terhadap Pengetahuan

Kuisoner berbentuk pemilihan ganda dengan jawaban yang terletak di tempat berbeda. Pada jawaban diatas "sangat tidak setuju" terletak dalam jawaban nomer pertama. Kemudian dalam jawaban "sangat tidak setuju" bisa terletak dalam jawaban nomer paling akhir. Maka demikian cenderungnya responden dalam menjawab di kolom tertentu dari berbentuk checklist bisa dikurangkan. Berdasar model ini responden akan selalu membacakan pertanyaan tiap item instrumen dan jawaban juga. Untuk bentuknya checklist, keseringan jawaban tidak terbaca, sebab jawaban letaknya telah ditentukan.

Tingkat Capaian Responden

Tingkat Capaian Responden (TCR) yaitu sebuah pengukuran dalam menghitung setiap pengkategorian jawaban dari mendeskriptif variabel. TCR ialah nilai setiap parameter yang pada setiap parameter itu mempunyai beberapa indikator. Maka dalam menghubungkan beberapa indikator itu diperlukan dalam menghitung TCR. Untuk sebuah penelitian yang melalui kuesioner sehingga membutuhkan sebuah pengukur yang bisa tergambar dengan jelasnya bagaimanakah tanggapan responden pada pertanyaan untuk kuesioner itu dimaksudkan mendapat simpulan untuk para responden memahami permasalahan yang sedang diamati (Pangaribuan & Ginting, 2021).

Dalam menginterpretasi jawaban responden pada pertanyaan yang diajukannya, menjadi acuan tabel kriteria untuk pengklasifikasian rata-rata jawaban responden yakni berikut: (Banat & Martiani, 2020)

Tabel 1. Tingkat Capaian Responden

No.	Angka	Keterangan
1	84% - 100%	Sangat Puas
2	68% - 83%	Puas
3	52% - 67%	Cukup Puas
4	36% - 51%	Tidak Puas
5	20% - 35%	Sangat Tidak Puas

3. RESULTS AND ANALYSIS

Hasil Pengujian Instrumen penelitian

Penelitian dilaksanakan di Apotek Cangkiran dengan jumlah responden berjumlah 30 yang berasal dari pelanggan Apotek Cangkiran sesuai dengan kriteria inklusi. Data penelitian merupakan sejumlah skor yang didapat dari jawaban responden untuk pernyataan terkait variabel yang diteliti, yakni Pelayanan, Harga dan kepuasan pelanggan, dengan sumber data berdasar pada kuesioner yang disebar dengan teracak untuk 30 responden masyarakat Kabupaten Semarang. Kuesioner meliputi 26 pertanyaan, dengan 17 pertanyaan bagi variabel Pelayanan (X1), 5 pertanyaan bagi variabel Harga (X2), dan 4 pertanyaan bagi variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Jawaban responden dari sejumlah pertanyaan akan terpaparkan dan dianalisis berdasar frekuensi yang sangat seringnya bermunculan untuk dipresentasikan.

Uji Validitas

Pengukuran validitas bisa dilaksanakan melalui cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan bertotal skor konstruksi ataupun variabel. Pengujian signifikansinya dilaksanakan melalui perbandingan nilai r hitung dan r tabel dengan degree of freedom (df) = $n-k$. Pengujian validitas terbilang valid bila nilai r hitungnya $>$ r tabelnya, begitupun sebaliknya bila r hitungnya $<$ r tabel sehingga tidak valid. R tabel $n = 30$ berumuskan (df) = $n - 2 = 30 - 2 = 28$. R tabel dari 28 dengan signifikansinya 5% yakni 0.361.

Tabel 2. Uji Validitas

Item	r tabel	Validitas	Item	r tabel	Validitas	Item	r tabel	Validitas
X1.1	0,675	Sesuai	X1.11	0,868	Sesuai	X2.4	0,862	Sesuai
X1.2	0,753	Sesuai	X1.12	0,841	Sesuai	X2.5	0,762	Sesuai
X1.3	0,697	Sesuai	X1.13	0,775	Sesuai	Y.1	0,742	Sesuai
X1.4	0,582	Sesuai	X1.14	0,626	Sesuai	Y.2	0,745	Sesuai
X1.5	0,667	Sesuai	X1.15	0,822	Sesuai	Y.3	0,718	Sesuai
X1.6	0,772	Sesuai	X1.16	0,775	Sesuai	Y.4	0,774	Sesuai
X1.7	0,778	Sesuai	X1.17	0,828	Sesuai			
X1.8	0,480	Sesuai	X2.1	0,647	Sesuai			
X1.9	0,727	Sesuai	X2.2	0,785	Sesuai			
X1.10	0,822	Sesuai	X2.3	0,686	Sesuai			

Berdasar dalam **Tabel 2** didapat r hitung $>$ r tabel (0,361), sehingga dinyatakan keseluruhan indikator penelitian variabel Pelayanan (X1), variabel Harga (X2), Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan Valid maka item pertanyaan itu bisa dipergunakan untuk penelitian ini.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner yang digunakan sebagai variabel atau indikator konstruk. Seorang responden dianggap dapat diandalkan jika dia menjawab pertanyaan kuesioner yang sama secara konsisten atau terus-menerus. Selain itu, konstruk atau variabel dianggap dapat diandalkan jika nilai Cronbach Alphanya lebih besar dari 0,60. Tabel berikut menunjukkan hasil uji reliabel penelitian ini:

Tabel 3. Tabel Uji Reabilitas

No.	Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1.	Pelayanan	0,942		Sesuai
2.	Harga	0,802	0,6	Sesuai
3.	Kepuasan Pelanggan	0,731		Sesuai

Berdasar **Tabel 3** bisa terlihat jika pengujian reliabilitas untuk penelitian membuktikan nilai *Cronbach's Alphanya* keseluruhan variabel lebih besar dari nilai yang sudah ditentukan (0,60), sehingga bisa diambil simpulan jika keseluruhan variabel diandalkan agar dipergunakan menjadi alat pengukur serta dipergunakan dalam melakukan uji untuk tahap berikut.

Regresi Linier Berganda

Penganalisisan regresi linier berganda dipergunakan agar diketahui besar kecilnya pengaruh Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan di Apotek Cangkiran. Dalam (Sugiyono, 2017) persamaan regresi mempergunakan rumus

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n.$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen,

X = Variabel independen,

a = Konstanta,

b = Koefisiensi regresi

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.034	3.420		2.057	.050
Pelayanan	.083	.052	.316	1.604	.120
Harga	.188	.132	.281	1.425	.166

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasar **Tabel 4** diatas bisa diambil simpulan dengan membuat model persamaan regresi. Persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,034 + 0,083X_1 + 0,188X_2$$

Keterangannya:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Pelayanan

X₂ = Harga

Dari persamaan regresi linier berganda pada **Tabel 3** didapat nilai konstanta a menunjukkan nilai sejumlah 7,034, yang bermakna bila tidak mengalami variasi dalam variabel independennya (nilai X₁ dan X₂ = 0) sehingga nilai dari variabel dependennya (nilai Y) sejumlah 7,034. Koefisien nilai regresinya variabel pelayanan (X₁) ialah 0,083 dengan nilai positif maka bila pelayanan terjadi kenaikan 1 nilai, sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat sejumlah 0,083. Nilai koefisien regresinya variabel harga (X₂) ialah 0,188 dengan nilai positif maka bila harga terjadi kenaikan 1 nilai sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat 0,188.

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian T ialah pengujian koefisien regresi dengan parsial yang dipergunakan agar diketahui apakah dengan parsial variabel independennya punya pengaruh dengan signifikan pada variabel dependen. Signifikansinya yang dipergunakan untuk menguji t ini sejumlah 0,05. Kemudian adanya perbedaan kriteria yang dipergunakan (Mariansyah & Syarif, 2020),

1. Ho ditolak dan Ha diterima, bila t hitungnya > t tabel.

2. Ho diterima dan Ha ditolak, bila t hitungnya < t tabel.

Variabel Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 5. Hasil Variabel Pelayanan yang Berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.960	3.419		2.328	.027
Pelayanan	.124	.044	.473	2.839	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari data **Tabel 5** didapat nilai significansinya sejumlah 0,008 yang bermakna < 0,05. Serta didapat nilai T hitungnya > T tabelnya yakni sejumlah 2,839 > 2,052. Berdasar pada tabel diatas yakni hasil pengujian T (Parsial) membuktikan jika nilai significansinya Pengaruh Pelayanan

(X_1) pada Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu $0,008 < 0,05$ dan nilai T hitungannya $2,839 >$ nilai T tabelnya $2,052$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Bermakna adanya Pengaruh Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan dengan signifikan.

Variabel Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 6. Hasil Variabel Harga yang Berhubungan dengan Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.908	2.488		4.383	.000
Harga	.306	.113	.457	2.720	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari data **Tabel 6** didapat nilai signifikansinya sejumlah $0,011$ yang bermakna $< 0,05$. Serta didapat nilai T hitungannya $>$ T tabelnya yakni sejumlah $2,720 > 2,052$. Berdasar pada tabel diatas ialah hasil pengujian T (Parsial) membuktikan jika nilai signifikansinya pengaruh Harga (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) yakni $0,011 < 0,05$ dan nilai T hitungannya $2,720 >$ nilai T tabelnya $2,052$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Bermakna adanya pengaruh harga pada kepuasan pelanggan dengan signifikan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Hasil Pengujian Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	23.048	2	11.524	5.193	.012 ^b
Residual	59.919	27	2.219		
Total	82.967	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan

Dari **Tabel 7** bisa terlihat nilai signifikansinya dalam pengaruh Pelayanan (X_1) dan harga (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sejumlah $0,012 < 0,05$ dan F hitungannya $5,193 >$ nilai F tabel $3,35$. Hal itu menghasilkan jika H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya ada pengaruh Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) dengan signifikan. Bisa diambil simpulan jika pengaruh Pelayanan dan Harga dengan bersamaan punya pengaruh pada Kepuasan Pelanggan.

Tingkat Capaian Responden (TCR)

Hasil Analisis Data Kepuasan Pelanggan Terhadap Aspek Pelayanan Syariah

Tabel 8. Hasil TCR Aspek Pelayanan Syariah

Item	Rata-rata	TCR %	Ket.
X1.1	4,67	93,33	SP
X1.2	4,70	94,00	SP
X1.3	4,67	93,33	SP
X1.4	3,97	79,33	P

Berdasar **Tabel 8** didapat jika seluruhnya skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran pada aspek pelayanan syariah yaitu $4,50$ dengan persen Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-ratanya $90,00\%$. Tingkat capaian ini berkategori sangat puas. Makna umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada pelayanan yang meliputi aspek pelayanan syariah. Namun, meskipun dengan umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada layanan yang meliputi aspek pelayanan syariah, dalam tabel diatas bila dianalisis pada per item masih adanya beberapa item yang berkategori puas. Item ini meliputi X1.4 Karyawan apotek cangkiran menganjurkan pasien membaca bismillah sebelum penggunaan obat berskor rata-ratanya $3,97$ dan TCR $79,33\%$. Hal ini membuktikan jika satu item ini butuh diperhatikan dalam peningkatan.

Hasil Analisis Data Kepuasan Pelanggan Terhadap Aspek *Reliabilitas* (Kehandalan)

Tabel 9. Hasil TCR Aspek Reliabilitas

Item	Rata-rata	TCR %	Ket.
X1.5	4,60	92,00	SP
X1.6	4,72	91,33	SP
X1.7	4,63	92,67	SP
X1.8	4,43	88,67	SP
X1.9	4,73	94,67	SP

Berdasar **Tabel 9** didapat jika dengan menyeluruh skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran pada aspek *Reliabilitas* (Kehandalan) ialah 4,62 dengan persen Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-ratanya 91,87%. Tingkat capaian ini berkategori sangat puas. Makna umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada pelayanan yang meliputi aspek *Reliabilitas* (Kehandalan).

Hasil Analisis Data Kepuasan Pelanggan Terhadap Aspek *Responsiven* (Kecepatangapan)

Tabel 10. Hasil TCR Aspek Responsiven

Item	Rata-rata	TCR %	Ket.
X1.10	4,70	94,00	SP
X1.11	4,70	94,00	SP
X1.12	4,53	90,67	SP
X1.13	4,57	91,33	SP

Berdasar **Tabel 10** didapat jika dengan menyeluruh skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran pada aspek *Responsiven* (Kecepatangapan) ialah 4,63 dengan persen Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-ratanya 92,50%. Tingkat capaian ini berkategori sangat puas. Makna umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada pelayanan yang meliputi aspek *Responsiven* (Kecepatangapan).

Hasil Analisis Data Kepuasan Pelanggan Terhadap Aspek Empati

Tabel 11. Hasil TCR Aspek Empati

Item	Rata-rata	TCR %	Ket.
X1.14	4,57	91,33	SP
X1.15	4,63	92,67	SP
X1.16	4,60	92,00	SP
X1.17	4,57	91,33	SP

Berdasar **Tabel 11** didapat jika dengan menyeluruh skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran pada aspek Empati ialah 4,59 dengan persen Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-ratanya 91,83%. Tingkat capaian ini berkategori sangat puas. Makna umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada pelayanan yang meliputi aspek Empati.

Hasil Analisis Data Kepuasan Pelanggan Terhadap Aspek Harga

Tabel 12. Hasil TCR Aspek Harga

Item	Rata-rata	TCR %	Ket.
X2.1	4,33	86,67	SP
X2.2	4,40	88,00	SP
X2.3	4,57	91,33	SP
X2.4	4,27	85,33	SP
X2.5	4,40	88,00	SP

Berdasar **Tabel 12** didapat jika dengan menyeluruh skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan Apotek Cangkiran pada aspek Harga ialah 4,39 dengan persen Tingkat Capaian Responden (TCR) rata-ratanya 87,87%. Tingkat capaian ini berkategori sangat puas. Makna umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada pelayanan yang meliputi aspek Harga.

Pada **tabel 8, 9, 10, 11, dan 12** diatas menunjukkan bahwa aspek pelayanan syariah, aspek reliabilitas, *responsiven* (kecepat tanggapan), aspek empati, dan aspek harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga diperkuat dengan hasil dari penelitian (Sari & Marlius, 2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan hubungan signifikan antara pelayanan dan harga terhadap kepuasan suatu pelanggan. Hasil tersebut juga sesuai anjuran dalam melibatkan nilai-nilai aspek kehidupan salah satunya pelayanan kefarmasian. Sebagaimana firman Allah pada QS. Al-Imran ayat 159 artinya : *“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”*. (Q.S. Al-Imran ayat 159). Seorang pegawai dalam memberikan suatu layanan kepada konsumen harus menjaga keramah-tamahan dan sopan santunnya. Mayoritas orang akan tertarik untuk membeli suatu produk karena sifat ramah yang ditunjukkan oleh penjual. Sifat ramah yang dimaksud diantaranya dapat menjaga perkataan yang diucapkan maupun diungkapkan serta menjaga kata-kata yang membuat perasaan konsumen tersakiti. Oleh karena itu harus menjaga sikap dan perbuatan dengan menunjukkan wajah ceria saat memberikan pelayanan kepada siapapun (Fathnin et al., 2023).

4. CONCLUSION

Berdasar hasil penganalisisan jika umumnya pelanggan Apotek Cangkiran sangat puas pada kualitas pelayanan dan harga yang diberi oleh Apotek cangkiran dengan rata-rata skornya 4,56 dan rata-rata tingkat capaian 90,81%. Bila dianalisis pada per item ada 1 item yang masih butuh peningkatan dikarenakan berkategori puas yakni: Karyawan apotek cangkiran menganjurkan pasien membaca bismillah sebelum penggunaan obat. Apotek Cangkiran harus terus meningkatkan dan mempertahankan pelayanan agar pelanggan tetap mendapatkan kepuasan. Hal tersebut dapat berupa membuat standar-standar yang berkaitan dengan nilai syariah.

REFERENCES

- Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Amalia, T. (2019). Evaluasi Standar Pelayanan Kefarmasian Apotek Di Apotek X Berdasarkan Permenkes Nomor 73 Tahun 2016. *Jurnal Inkofar*, 1(1), 49–58. <https://doi.org/10.46846/jurnalinkofar.v1i1.77>
- Ardinata, M. (2020). TANGGUNG JAWAB NEGARA TERHADAP JAMINAN KESEHATAN DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA (State Responsibility for Health Insurance in the Perspective of Human Rights). *Jurnal HAM*, 11(2), 319.
- Banat, A., & Martiani. (2020). Kemandirian Belajar Mahasiswa Penjas Menggunakan Media Google Classroom Melalui Hybrid Learning Pada Pembelajaran Profesi Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Pendidikan (JTP)*, 13(2), 119. <https://doi.org/10.24114/jtp.v13i2.20147>
- Diana, K., Tandah, M. R., & Basuki, M. (2019). Pelaksanaan Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Kota Palu. *Jurnal Ilmiah As-Syifaa*, 11(1), 45–54. <https://doi.org/10.33096/jifa.v11i1.504>
- Edy, Renaldi, D., & Satrio Azis, E. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa). *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 0(0), 339–344.
- Fathnin, F. H., Sunandar, A. S., & Mumpuni, W. D. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Apotek Karunia Sehat Baru Berdasarkan Nilai-Nilai Syariah. *Indonesian Journal of Medical and Pharmaceutical Science*, 2(1), 12–20.
- Handayani, E. S., & Subakti, H. (2020). Pengaruh Disiplin Belajar terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 151–164. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.633>
- Herlina, R. L., & Tugiono, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan

- Pelanggan Apotek RF Bandung. *Semnastek Uisu*, 2019, 27–33.
- Kuniano, D. (2015). Menjaga Kesehatan di Usia Lanjut. *Jurnal Olahraga Prestasi*, 11(2), 19–30.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Pangaribuan, R., & Ginting, K. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Pembelajaran Dan Kualitas Layanan Akademik Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Fakultas Sains Dan Teknik Universitas Nusa Cendana). *Jurnal Diferensial*, 03(02), 56–70.
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Sugiyono, D. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Widyaningrum, N., Sawitri, A., & Indriani, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Loyalitas Pasien Di Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran. *Jurnal Farmamedika (Pharmamedica Journal)*, 8(2), 185–191. <https://doi.org/10.47219/ath.v8i2.216>
- Yuniar, Y., & Handayani, R. S. (2016). Kepuasan Pasien Peserta Program Jaminan Kesehatan Nasional terhadap Pelayanan Kefarmasian di Apotek The Satisfaction of National Health Insurance Program 's Patients On Pharmaceutical Services in Pharmacy (JKN) adalah program jaminan berupa bentuk pel. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 6(1), 39–48.

