

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA,
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI APOTEK MEDISLAND KARTASURA**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

PRISCHYLIA DELLA ANGGRAENI

19.12.0103

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
HARGA, KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
DI APOTEK MEDISLAND KARTASURA**

Oleh :

Prischylia Della Anggraeni

NIM. 19120103

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



Aditva Lilivan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
HARGA, KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
DI APOTEK MEDISLAND KARTASURA**

Oleh :

Prischylia Della Anggraeni

NIM. 19120103

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir

Program Studi S1 Manajemen

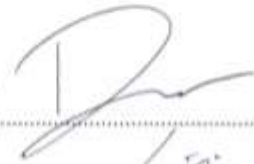
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 17 Oktober 2025

Dewan Penguji

Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.
Ketua

Juni Kristanto, S.M., M.M.
Anggota

: 
: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta

Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prischylia Della Anggraeni

NIM : 19120103

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI APOTEK MEDISLAND KARTASURA adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 17 Oktober 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Prischylia Della Anggraeni

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di apotek Medisland Kartasura yang berlokasi di Jl. Slamet Riyadi No 69 Kartasura. Peneliti ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, melibatkan konsumen yang memenuhi kriteria kelayakan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25.

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), Harga (X_3), Kelengkapan Produk (X_4), serta satu variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta uji hipotesis menggunakan regresi berganda uji, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel independen – kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kelengkapan produk – berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan, menjaga standar produk yang tinggi, menawarkan harga yang kompetitif, dan memastikan ketersediaan produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kelengkapan Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality, product quality, price, and product completeness on customer satisfaction at Medisland Pharmacy Kartasura, located at Jl. Slamet Riyadi No 69 Kartasura. The research applied a probability sampling technique using a simple random sampling method, involving customer who met the eligibility criteria. Data collected through questionnaires and analyzed using the statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25.

The study employed four independent variabel : Service Quality (X_1), Product Quality (X_2), Price (X_3), Product Completeness (X_4) and one dependent variabel : Customer Satisfaction (Y). The analysis included validity and reliability test, classical assumption test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity) and hypothesis testing using multiple regresion, t-test, and coefficient of determination (R^2).

The result reveal that all four independent variabels – service quality, product quality, price and product completeness – have a significant effect on customer satisfaction. There findings highlight the importance of improving service delivery, maintaining high product standards, offering competitive prices, and ensuring product availability to enhance customer satisfaction.

Keyword :Service Quality, Product Quality, Price, Product Completeness, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Apotek Medisland Kartasura” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dan sebagai bahan pembelajaran bagi penulis. Penulis menyadari bahwa tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
2. Ketua Program Studi Manajemen Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
3. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. yang telah memberikan bimbingan dan nasehat terkait penyusunan skripsi ini.
4. Bapak – Ibu Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) yang telah memberikan ilmu selama saya menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta).
5. Ibu saya (Eko Sri Saryhani) dan Bapak saya (Priyanto) yang telah memberikan doa dan dukungan secara materi dan moral.
6. Suami saya (Alif Dharma Saputro, S.Pd) dan anak saya (Nadhira Clemira Alisya Azzahra) yang telah memberikan semangat dan dukungan yang sangat berharga.
7. Pempimpin Apotek Medisland Kartasura Bapak apt. Miftah Nur Ghulam Ahmad, S.Farm yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian di Apotek Medisland Kartasura.
8. Seluruh rekan karyawan Apotek Medisland Kartasura yang telah memberikan dukungan dan semangat.

9. Para responden yaang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian yang saya buat.
10. Semua orang-orang terdekat yang tidak bisa saya sebutkan diatas yang sudah membantu dan memberi saran, motivasi, pembelajaran sampai saat skripsi ini dibuat, saya ucapkan terimakasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. LANDASAN TEORI.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek Penelitian.....	31
B. Jenis dan Sumber Data.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42

B. Deskripsi Responden.....	45
C. Analisi Data.....	48
D. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. Skala Likert	34
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	47
Tabel 8. Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 13. Hasil Uji Linear Berganda	54
Tabel 14. Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	27
Gambar 2. Stuktur Organisai Apotek Medisland Kartasura	44
Gambar 3. Maps Apotek Medisland Kartasura.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER	
LAMPIRAN 2. HASIL KUESIONER	
LAMPIRAN 3. HASIL PENGUJIAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, sehat didefinisikan sebagai suatu keadaan sehat baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis. Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi makhluk hidup di muka bumi ini. Karena kondisi tubuh yang sakit, akan membuat seseorang menjadi tidak produktif dan bisa mendapatkan resiko kematian.

Di era globalisasi ini perkembangan bisnis di dunia Apotek berkembang dengan pesat, hal ini dikarenakan maraknya pengusaha maupun apoteker yang membuka usaha bisnis apotek yang baru. Bisnis apotek termasuk bisnis yang menjanjikan, dikarenakan selama masih ada manusia yang hidup di muka bumi ini pasti akan membutuhkan obat, vitamin, maupun alat kesehatan yang dijual di apotek. Tidak dipungkiri banyak juga apotek yang tutup atau tidak beroperasi lagi dikarenakan proses perpanjangan ijin yang rumit dan lama, tapi tidak membuat para pengusaha atau apoteker untuk mendirikan apotek baru.

Menurut Wikipedia kata Apotek berasal dari Bahasa Belanda *Apotheek* yang berarti tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang medis. Sedangkan menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 1027/MENKES/SK/IX/2014 Apotek yaitu sebagai suatu tempat dilakukannya pekerjaan kefarmasian, penyaluran sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lainnya kepada masyarakat.

Menurut Barata dalam (Atmadjati, 2018:1) mengemukakan bahwa Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang bermutu selain mengurangi terjadinya *medication error*, juga memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat sehingga masyarakat akan memberikan persepsi yang baik terhadap apotek. Persepsi konsumen terhadap pelayanan farmasi yang buruk akan merugikan apotek

dari aspek bisnis karena konsumen akan beralih ke tempat lain. Dampak yang timbul tidak saja kepada konsumen yang bersangkutan tetapi kesan buruk ini akan diceritakan kepada orang lain sehingga citra Apotek, apoteker maupun petugasnya akan buruk. Sehingga persepsi konsumen yang baik terhadap layanan farmasi harus ditumbuhkan terus menerus dan berkesinambungan dengan orientasi kepada konsumen itu sendiri.

Selain pelayanan yang bermutu pengusaha atau apoteker juga harus menyediakan kualitas produk yang bermutu. Sehingga pasien akan merasa puas dan cocok dengan obat yang kita berikan sesuai dengan indikasi atau keluhan pasien atau konsumen. Setelah merasa cocok dan puas dengan obat atau produk yang kita berikan pasien atau konsumen akan merasa jika obat yang kita berikan merupakan produk yang berkualitas. Itu juga akan berdampak baik ke Apotek, jika suatu saat pasien itu merasakan sakit dengan keluhan berbeda pasien itu akan datang kembali ke Apotek untuk membeli obat, sehingga omzet apotek juga akan bertambah. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Kelengkapan produk juga merupakan aspek yang penting dalam persaingan bisnis di Apotek. Apotek harus menyediakan produk yang beragam dan juga bervariasi guna memenuhi kebutuhan pasien atau konsumen di sekitar Apotek. Beberapa pasien atau konsumen yang datang ke Apotek dengan membawa contoh strip atau wadah obat dan ditunjukkan ke petugas atau apoteker. Jika contoh obat yang mereka bawa tidak ada yang sama persis dengan stok yang ada di Apotek, sebisa mungkin petugas atau apoteker memberikan opsi merk dagang obat lain yang mempunyai fungsi atau kandungan obat yang sama persis dengan contoh obat yang dibawa pasien atau konsumen. Selain membawa contoh obat ada juga pasien atau konsumen yang menceritakan keluhan yang dirasakan guna mencari tahu obat apa yang pas atau cocok digunakan untuk mengobati keluhan pasien atau konsumen tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong, dilansir dari buku **Konsep Dasar Manajemen Pemasaran (2023)** oleh Liharman Saragih dan teman-teman,

pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat merumuskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang dan jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Harga juga merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu apotek. Persaingan harga antar apotek juga dapat mempengaruhi apakah apotek itu bisa bertahan dan memiliki banyak pasien atau konsumen. Obat dengan kandungan dan merk dagang yang sama tapi selisih harga yang sedikit itu juga dijadikan pembanding pasien atau konsumen. Pasien atau konsumen membandingkan apotek mana yang harganya lebih murah. Jadi apoteker harus bijak dalam menentukan harga yang tepat guna pasien atau konsumen merasa apotek yang mereka kunjungi lebih murah dari pada apotek lain di sekitarnya.

Dikutip dari sumber *website* Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo jumlah apotek yang berada di wilayah Kabupaten Sukoharjo berjumlah 213 apotek. Apotek tersebut tersebar di berbagai kecamatan di Kabupaten Sukoharjo, diantaranya di Kecamatan Weru terdapat 11 apotek, di Kecamatan Sukoharjo terdapat 34 apotek, di Kecamatan Nguter terdapat 7 apotek, di Kecamatan Kartasura terdapat 34 apotek, di Kecamatan Gatak terdapat 11 apotek, di Kecamatan Mojolaban terdapat 17 apotek, dan masih banyak lagi.

Apotek Medisland didirikan oleh Bp. apt. Miftah Nur Ghulam Ahmad, S.Farm pada tanggal 21 Oktober 2012 yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi No 69 Kartasura Sukoharjo. Apotek Medisland Mempunyai Surat Ijin Apotek yang dengan nomor 1291000570733001. Apotek Medisland buka setiap hari selama 15 jam kerja dengan pembagian jam kerja karyawan menjadi 2 shift yaitu shift pagi mulai dari pukul 07:00 – 15:00 WIB dan shift sore pukul 14:00 – 21:00 WIB. Kata Medisland itu sendiri berasal dari kata *Medis* dan *Island*. *Medis* yang berarti Obat atau hal yang berhubungan dengan kesehatan, sedangkan *Island* artinya tempat, atau pulau. Jadi, arti kata Medisland yaitu tempat yang berhubungan dengan dunia kesehatan. Setiap apotek harus mempunyai apoteker yang ditunjuk sebagai

penanggung jawab atas pengelolaan obat di Apotek. Apoteker Penanggung Jawab (APJ) dari Apotek Medisland ialah apt. Miftah Nur Ghulam Ahmad, S.Farm dengan nomor surat ijin 0276/SIPA_33.11/XI/2021.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Medisland Kartasura”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura?
4. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
3. Mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
4. Mengetahui pengaruh Kelengkapan Produk terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis untuk para pembaca, diantaranya yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan, menambah pengetahuan dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu, skill, wawasan, pengetahuan dan pemahaman serta pengalaman bagi penulis dalam hal yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Khususnya kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kelengkapan produk dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Instansi

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi Apotek Medisland di Kartasura dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap peneliti ini dapat menambah referensi dan juga dijadikan sebagai bahan kajian dalam dunia ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayan, kualitas produk, harga, kelengkapan produk dan kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting dalam mengelola suatu perusahaan, baik perusahaan yang menjual barang maupun jasa. Dengan manajemen pemasaran yang tertata baik dan rapi pemasaran produk atau jasa yang kita tawarkan akan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan Stanton (2005) mengatakan sarana yang didayagunakan oleh bisnis untuk menjalankan pemasaran. (Annisa, 2023)

Manurut Assauri (2018:12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:63) manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk maupun jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Menurut Sofyan Assauri (2004) mengemukakan pendapat bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengkoordinasi dan mengendalikan semua kegiatan. (Nadra, 2021)

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tentang manajemen pemasaran peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan mempersiapkan, mengatur, merencanakan, menganalisis, dan mengkoordinasikan kegiatan yang berhubungan tentang strategi pemasaran produk maupun jasa suatu perusahaan. (Tampanguma, 2022)

Menurut artikel yang di tulis Anugrahdwi (2023) yang di unggah di website program Pascasarjana UMSU, tujuan manajemen pemasaran ada 5 yaitu:

1. Menciptakan nilai bagi pelanggan
 - ⇒ Hal ini dilakukan dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menyediakan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
2. Meningkatkan Penjualan
 - ⇒ Hal ini dilakukan dengan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi, iklan, dan penjualan langsung.
3. Meningkatkan pangsa pasar
 - ⇒ Dengan mengembaangkan strategi pemasaran yang tepat, dapat menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
4. Meningkatkan keuntungan
 - ⇒ Dengan manajemen pemasaran yang baik diharapkan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya produksi.
5. Meningkatkan citra perusahaan
 - ⇒ Dengan strategi pemasaran yang tepat untuk membangun citra positif perusahaan di mata pelanggan.

Menurut pendapat Panjaitan (2018) fungsi manajemen pemasaran dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Perencanaan pemasaran
 - Merencanakan segala sesuatu dengan matang sebelum melakukan kegiatan pemasaran. Perencanaan tersebut meliputi tujuan pemasaran, strategi pemasaran, kebijakan yang diambil

pada saat pemasaran dan taktik-taktik apa saja yang akan dilakukan untuk menarik konsumen.

2. Implementasi pemasaran

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran.

Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari secara efektif dalam pelaksanaan perencanaan pemasaran. Tindakan ini melibatkan semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

3. Pengendalian atau evaluasi kegiatan pemasaran

Usaha yang dilakukan agar pemasaran dapat berjalan sesuai dengan prosedur perencanaan pemasaran.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting untuk mengetahui kepuasan konsumen pada perusahaan kita. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Apabila konsumen puas dengan pelayanan kita maka konsumen juga akan loyal kepada perusahaan dengan cara merekomendasikan dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Suwathi dalam Anwar (2002:84) mengemukakan pendapat bahwa kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik (Aria dan Atik, 2018:16).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman pada tahun 1985 (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 2 No 02), terdapat 10 dimensi utama dalam mengukur sebuah pelayanan, diantaranya :

1. Bukti fisik, tampilan sarana fisik, peralatan, staf dan materi komunikasi.
2. Reliabilitas, kapasitas dalam memberi pelayanan yang diinginkan dengan keakuratan dan keandalan.
3. Daya tanggap, kesanggupan untuk memberikan bantuan kepada konsumen dan memberi layanan secara cepat.
4. Keandalan, dominan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan untuk memberi layanan yang diperlukan konsumen.
5. Kesopanan, tindakan santun, menghormati, kepedulian dan ramah dari para karyawan di garis depan.
6. Kredibilitas, kejujuran dan amanah.
7. Keamanan, bebas bahaya, resiko maupun keraguan.
8. Akses, kenyamanan dalam berhubungan dan ditemukan.
9. Komunikasi, memberikan informasi kepada pelanggan menggunakan bahasa yang dapat dipahami, serta mau untuk mendengarkan saran dan keluhan konsumen.
10. Kemampuan untuk memahami konsumen, untuk memahami pelanggan dan apa yang dibutuhkannya.

Perusahaan juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. (Maulana, 2007) Ariani (2003) berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang baik bisa tercapai jika 8 elemen-elemen berikut dapat dipenuhi, diantaranya :

1. Fokus pada pelanggan dengan menyediakan apa yang diinginkan oleh konsumen agar merasakan kepuasan.
2. Komitmen jangka panjang, sehingga semua staf ingin melakukan hal yang sama dengan terlibatnya sepenuhnya pada proses yang ada .
3. Kepemimpinan serta dorongan pimpinan tertinggi, melalui pemberian dukungan tenaga, pikiran, rencana strategis, gaya dan peningkatan berkelanjutan.
4. Memberdayakan seluruh staf dan tim kerja melalui dukungan keikutsertaan semua staf agar tercapai tujuan, termasuk perbaikan dan pemecahan masalah.
5. Komunikasi yang efektif melalui pengadaan jalinan komunikasi baik dengan formal ataupun informal serta komunikasi horizontal.
6. Kepercayaan dan analisa proses statistik, yang dimungkinkan untuk perusahaan melaksanakan pembenahan, penetapan prioritas dan evaluasi kemajuan yang telah tercapai.
7. Komitmen untuk memperbaiki melalui penciptaan kesadaran agar terjadi pembenahan melalui pendidikan dan pelatihan staf.
8. Mendorong adanya penghargaan yang tidak berbentuk gaji, akan tetapi apresiasi dengan dipuji, didukung saran dan kritikan yang memotivasi.

3. Kualitas Produk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kualitas diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, kadar derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan dan sebagainya). Menurut Garvin dan Davis kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Maka kualitas dapat diartikan

sebagai suatu tingkat baik atau buruknya sebuah barang atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi (Tamengkel, 2021)

Dikutip dari laman *website* Kompas.com pengertian produk menurut Kotler dan Armstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat merumuskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Tjiptono, secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Sedangkan menurut Sofyan Assauri produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Tampanguma, 2022)

Kotler dan Armstrong (2013) di dalam jurnal Afina dan Yulia Astuti (2018) berpendapat bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya. Sedangkan menurut Tjiptono (2013), kualitas produk adalah kualitas yang meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup jasa, produk, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). (Surbakti, 2022)

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam jurnal Annisa Tiara Kasih dkk, kualitas produk memiliki beberapa indikator :

a. *Form* (bentuk)

⇒ Bentuk dari sebuah produk dapat meliputi ukuran produk maupun struktur fisik produk.

b. *Featur* (fitur)

⇒ Karakteristik fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk.

- c. *Customization* (penyesuaian)
 - ⇒ Pemasar dapat membuat pembeda antar produk satu dan lainnya dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan per orang.
- d. *Performance Quality* (kualitas kinerja)
 - ⇒ Tingkat dimana karakteristik produk beroperasi
- e. *Confemence Quality* (kualitas kesesuaian)
 - ⇒ Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
- f. *Durability* (ketahanan)
 - ⇒ Ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan.
- g. *Reliability* (keandalan)
 - ⇒ Ukuran bahwa produk tersebut dapat diandalkan dapat bekerja dengan memuaskan dalam kurun waktu atau periode tertentu.
- h. *Repairability* (kemudahan perbaikan)
 - ⇒ Mengukur kemudahan perbaikan suatu produk ketika produk tersebut tidak bisa berfungsi sebagai mana mestinya ataupun gagal.
- i. *Style* (gaya)
 - ⇒ Penampilan dan rasa produk yang ditawarkan ke pembeli.
- j. *Design* (desain)
 - Totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk itu tidak berfungsi atau gagal.

4. Harga

Dalam jurnal Freekley Steyfli Maramis, dkk (2018) mengutip pendapat dari Kotler dan Keller (2012:25) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau

menggunakan produk atau jasa yang nilai ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ketetapan yang ditetapkan oleh pembeli untuk satu harga yang sama. Tjinto dan Chandra (2012:315) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. (Mursalin, 2018)

William J. Stanton (1984:34 dalam Rosita dan Irine 2017) terdapat empat indikator yang mencirikan sebuah harga :

1. Keterjangkauan harga, harga yang di tawarkan ke konsumen lebih fleksibel atau terjangkau dengan daya beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, dengan harga yang ditawarkan konsumen berhak mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.
3. Daya saing harga, harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan pesaing yang menjual atau menawarkan barang yang sejenis.
4. Kesesuaian harga dan manfaat, manfaat yang dirasakan konsumen harus sepadan dengan harga yang ditawarkan produsen ke konsumen.

(Korowa & Asaloei, 2018) menjelaskan bahwasanya tingkatan harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti :

1. Keadaan perekonomian

Tingkatan perekonomian di sekitar produk itu dijual mempengaruhi penetapan harga yang ditawarkan. Di tempat yang perekonomiannya tinggi pasti harga yang ditawarkan juga tinggi, begitu sebaliknya jika produsen menawarkan produk di tempat yang perekonomiannya rendah harga yang ditetapkan pun juga ikut rendah.

2. Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah harga yang diminta pembeli untuk membeli sebuah produk atau jasa pada tingkat tertentu. Sedangkan

penawaran adalah harga yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen pada suatu tingkat harga tertentu. Produsen berhak untuk menawarkan harga yang ditetapkan ke konsumen.

3. Elastisitas permintaan

Permintaan pasar dapat mempengaruhi penentuan harga. Biasanya semakin tinggi permintaan barang yang akan dikonsumsi harga yang ditawarkan akan semakin tinggi juga harga yang ditawarkan.

4. Persaingan

Persaingan antara harga jual barang sejenis juga mempengaruhi penetapan harga. Jika produsen menawarkan harga yang tinggi tetapi kualitas produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama atau sebanding dengan kualitas produk yang memiliki harga yang lebih rendah, produsen akan kesulitan menawarkan produk tersebut.

5. Biaya

Biaya produksi adalah hal yang paling mendasar dalam penetapan harga. Jika suatu tingkatan harga yang ditawarkan tidak menutup biaya produksi yang dikeluarkan produsen untuk membuat suatu produk, produsen akan mengalami kerugian yang mengakibatkan bangkrutnya perusahaan.

6. Tujuan perusahaan

Pada saat menawarkan produk perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memakmurkan perusahaannya. Biasanya perusahaan memiliki tujuan mempunyai laba yang maksimal, dapat menguasai pasar, mencapai target penjualan tertentu dan dapat mengembalikan modal awal produksi dengan cepat.

7. Pengawasan pemerintah

Pemerintah berhak mengawasi produsen dalam penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-

praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

5. Kelengkapan Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Stanton (2006:222), yang dimaksud dengan produk adalah “Sekumpulan atribut yang *tangible* (nyata) dan *intangible* (tidak nyata) di dalamnya dusah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer, yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. Kelengkapan produk dapat dilihat dari kategori produk yang tersedia di suatu perusahaan ritel atau swalayan, dimana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaannya, menjadi produk konsumsi dan produk industri.(Lemana, 2018)

a. Produk Konsumsi (*consumption product*)

Produk konsumsi merupakan barang atau jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga atau individual. Produk yang dibeli konsumen akan langsung dikonsumsi sendiri dan tidak akan digunakan sebagai bahan baku produksi barang lain atau dijual kembali. Berdasarkan perilaku pembelian konsumen, produk konsumen digolongkan menjadi :

- 1) *Convenience goods* adalah barang dan jasa yang harganya relatif tidak mahal, frekuensi pembeliannya, dan konsumen mengeluarkan sedikit usaha maupun pertimbangan sebelum membuat keputusan pembelian.
- 2) *Shopping goods* adalah barang-barang dalam proses pemilihan dan pembelian dibandingkan oleh konsumen di antara berbagai alternatif yang tersedia. Contohnya alat-alat rumah tangga, furniture, mobil dll.

- 3) *Special goods* adalah barang-barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya misalnya mobil lamborghini, pakaian rancangan orang terkenal
- 4) *Unsought goods* adalah barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui, tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Contohnya asuransi jiwa, ensiklopedia, deposito dll

b. Produk Industri

Produk industri adalah produk yang dipakai perusahaan untuk operasional menghasilkan barang atau jasa. Produk industri dapat dibagi menjadi beberapa kategori seperti produk instalasi, peralatan rumah tangga, persediaan, pelayanan, bahan mentah, komponen dll

Menurut Kotler (2002:347) dalam Rosa Lesmana, Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. (Tamengkel, 2021)

Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko atau departemen store dalam memilih produk yang dijualnya, (Hastuti, 2018) yaitu :

- a. *Variety* (variasi) Kelengkapan produk yang dijual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko atau departemen store.
- b. *Width* (lebar) Tersedianya produk-produk perlengkapan dari produk utama yang ditawarkan. Contohnya pada toko roti juga menyediakan berbagai macam minuman.
- c. *Depth* (panjang) merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk. Misalnya baju yang dijual di Departemen Store

tidak hanya dari satu merek saja seperti *crocodile* tetapi juga tersedia merek-merek lainnya.

- d. *Consistency* (konsistensi) Produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan. Kualitas dan harga dari produk yang dijual.
- e. *Balance* (keseimbangan) Berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam produk yang dijual dengan pasar sasaraannya. Jenis produk pengecer pun harus cocok dengan harapan konsumen, disamping itu pilihan produk menjadi unsur penting dalam ajang persaingan diantara pengecer.

Menurut Utami (2010) dalam (Farida, 2021) ada beberapa indikator kelengkapan produk yaitu :

- 1. Keberagaman produk yang dijual
Toko menyediakan barang yang beraneka ragam untuk dijual ke konsumen, supaya konsumen mempunyai banyak pilihan produk yang akan ia gunakan.
- 2. Variasi produk yang dijual
Toko menyediakan produk dengan banyak varian dan berbagai macam merk.
- 3. Ketersediaan produk yang dijual
Toko harus mengusahakan produk yang dicari konsumen tersedia di toko dan jangan sampai stok toko kosong. Jika produk yang dicari konsumen tidak ada atau kosong itu akan mengurangi minat konsumen untuk membeli di toko tersebut.
- 4. Macam merk yang tersedia
Toko sebaiknya menyediakan beraneka merk yang beragam walaupun dengan produk yang sama guna memberikan banyak pilihan ke konsumen.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *fatio* yang berarti melakukan, sehingga kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Menurut Kotler (2002) dalam Aditya P. (2013) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut (Anggraeni, 2012.) Rangkuti (2003) dalam Aditya P. (2013) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Maka dari itu kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang, gembira, merasa lega atas produk atau jasa yang telah digunakan atau dikonsumsi sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumen dapat diartikan menjadi tiga hal, yaitu : yang pertama, pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya; yang kedua, penerima pesan iklan; yang ketiga, pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya). Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen dapat diartikan sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Mengutip dari Media Indonesia menyebutkan bahwa dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut :

1. Mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait kondisi serta jaminan barang atau jasa yang dibeli.

2. Memilih serta mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Didengar pendapat maupun keluhannya mengenai barang atau jasa yang digunakan
4. Mendapat perlakuan atau pelayanan yang benar, jujur dan tidak diskriminatif.
5. Memiliki hak atas keselamatan, keamanan, dan kenyamanan dalam penggunaan barang atau jasa.
6. Mendapatkan advokasi, perlindungan maupun upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dengan semestinya.
7. Mendapatkan kompensasi, penggantian, atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai.
8. Mendapatkan pendidikan dan pembinaan konsumen
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundangan-undangan lainnya.

Menurut Bachtar (2011) dalam Muh. Fauzan (2021) kepuasan konsumen adalah suatu perasaan positif konsumen ketika mendapatkan produk yang didapatkan atau yang digunakan sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Tjiptono (2013) yang disebutkan dalam jurnal Afrina dan Yulia Hastuti (2018) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk, yaitu :

1. Kinerja (*performance*), apakah produk tersebut memberikan manfaat yang maksimal pada saat digunakan atau dikonsumsi.
2. Keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu ciri khas khusus yang dapat membedakan antara produk yang digunakan dengan produk pesaing yang sejenis.
3. Keandalan (*reliability*), produk dapat diandalkan saat digunakan dengan mengurangi kemungkinan kecil produk tersebut bermasalah atau gagal.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berakitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan
6. Kegunaan (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah diapresiasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan,
7. Estetika (*aesthetic*), daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), cita rasa, reputasi produk dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen. (Leilem, 2021)

Menurut Hermanto dan Nainggolan (2020) ada enam indikator kepuasan konsumen yang diuraikan sebagai berikut :

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan

Tidak boleh hanya sebagian pelanggan yang merasa puas, perusahaan harus mengusahakan agar semua pelanggan puas dengan perusahaan kita. Jika hanya sebagian saja yang merasa puas akan berdampak buruk bagi perusahaan itu sendiri.

2) Penilaian pelanggan

Setiap pelanggan pasti mempunyai kesan yang berbeda terhadap perusahaan. Sehingga pelanggan dibebaskan menilai sesuai dengan kesan atau fakta yang pelanggan alami. Penilaian pelanggan sangat berdampak pada keberlangsungan perusahaan.

3) Konfirmasi harapan

Perusahaan harus menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Salah satu komunikasi yang dapat diterapkan adalah mengkonfirmasi ulang barang yang dibeli pelanggan apakah sudah sesuai, dengan demikian pelanggan akan merasa nyaman.

4) Minat pembelian ulang

Bila seseorang merasa puas pada pembelian sebelumnya maka akan dipastikan pembelian ulang dari orang tersebut akan terjadi.

5) Ketersediaan untuk merekomendasi

Setelah seseorang merasa puas tentu akan dengan senang hati merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian ke perusahaan kita.

6) Ketidakpuasan pelanggan

Untuk menyampaikan ketidakpuasan pelanggan ada beberapa macam cara untuk melakukan penyampaian seperti memberi kritik dan saran, melampiaskan emosi ditempat, tidak akan melakukan pembelian ulang, bahkan menyebar luaskan berita mengenai ketidakpuasannya yang berakhir cukup tidak bagi perusahaan kita.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung ide yang sedang diajukan, terlebih dahulu harus mengembangkan kerangka teori sebelum melakukan penelitian. Karya dasar yang dapat dijadikan acuan dengan mereferensikan karya-karya sebelumnya. Contoh penelitian sebelumnya yang dibandingkan dan didukung dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1.	Widya Agustin Setyawati, Muhammad Rifa'I, Cahyo Sasmito (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien	Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Institusi	1) Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. 2) Variabel fasilitas juga berpengaruh terhadap kepuasan pasien. 3) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. 4) Citra Institusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien
2.	Tina Kristianti, Alimuddin Rizzal Rivai (2018)	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas	Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan	1) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

		Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Upnormal Semarang		2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Fitriadewi Nuraini Fadilla, Dra. Rodhiyah, SU & Sendhang Nurseto, S.Sos, S.AB	Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Telkom Speedy Di Kota Semarang	Produk, Harga,	1) Pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan positif dan signifikan. Artinya semakin menarik produk yang dimiliki akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan. 2) Harga terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan. Artinya, semakin murah harga yang ditawarkan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan. 3) Produk dan harga terhadap kepuasan

				pelanggan positif dan signifikan. Artinya, produk dan harga sama-sama berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan
4.	Ratih Andalusi (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta)	Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk	1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kualitas produk berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 42% terhadap kepuasan pelanggan.
5.	Sulistiyo Anjarwan	Pengaruh Kelengkapan Produk,	Kelengkapan Produk,	Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan

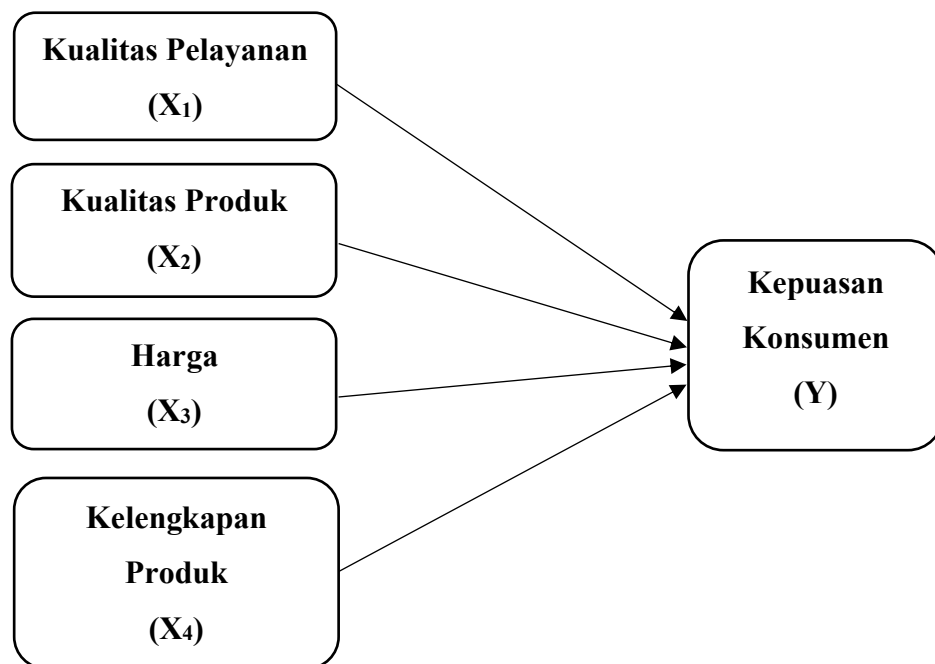
		Presepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta	Harga, Lokasi	terhadap kepuasan konsumen.
6.	Fitriatul Asifa, Mohammad Yani (2024)	Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Skincare Skintific Pada Toko Velasaa Beauty House Di Sampit	Kelengkapan Produk, Harga	Kelengkapan priduk dan harga berpengaruh 57,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain seperti lokasi, promosi, dll.
7.	Nur farida, Susilo Aji, A. Junaidi Musthofa (2021)	Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan	1) Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2) Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan

		Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik		terhadap kepuasan konsumen. 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
--	--	--	--	---

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ini mempunyai manfaat yang dapat mempengaruhi pelaksanaan prosedur penelitian. Selain itu, kerangka pikir juga dapat membantu dan menjamin bahwa peneliti akan tetap berada dalam batas-batas bidang yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian kali ini kerangka pikir yang akan diteliti adalah :



Gambar 1. Kerangka Pikir

Huruf X digunakan untuk mewakili variabel independen, yaitu variabel yang memiliki pengaruh positif dan negatif terhadap variabel dependen. (Ferdinand, 2006; 26) Pada penelitian ini kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kelengkapan produk merupakan variabel independen atau variabel bebas. Sedangkan huruf Y melambangkan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang paling memungkinkan dan masih harus dibuktikan dalam penelitian. Hipotesis berikut didasarkan pada masalah yang ditanyakan dan tujuan penelitian :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indri Kartini Tampanguma (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumas Es Miangas Bahu Kota Manado“ menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tina Kristianti dan Alimudin Rizal Rivai (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warunk Upnormal Semarang” menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Ratih Andalusi (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Intrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laboriondo Sarana Jakarta)” menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H₁: Kualitas pelayanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Apotek Medisland Kartasura

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji, dan Sunarti (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota

Pasuruan)” mendapatkan hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Natasya Pricillia Tamon (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. DEFMEL Leilem” mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ratih Andalusi (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta)” mendapatkan hasil yang berbeda. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H₂: Kualitas produk diduga berpengaruh signifikan secara terhadap kepuasan konsumen Apotek Medisland Kartasura.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Firiadewi Nuraini Fadila, dkk yang berjudul “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Telkom Speedy Di Kota Semarang” mendapatkan hasil penelitian bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin murah harga yang ditawarkan meningkatkan kepuasan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Widya Agustin Setyawati, dkk (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien” mendapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang

dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₃: Harga diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Apotek Medisland Kartasura.

4. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriatul Asifa dan Mohammad Yoni (2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Skincare Skintific Pada Tolo Velasaa Beauty House Di Sampit” mendapatkan hasil bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nadia Ika Purnama, dkk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart “ menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Frida, dkk (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik” mendapat kan hasil penelitian bhwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₄; Kelengkapan produk diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Apotek Medisland Kartasura.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah dan pembahasan yaang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan padaa penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
3. Harga tidak memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.
4. Kelengkapan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Medisland Kartasura.

B. Saran

Berdasarkan uraian pada pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis mengungkapkan saran bagi pihak yang terkait dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus menjaga kualitas pelayanan yang telah dikenal baik oleh masyarakat, sekaligus menjaga kualitas produk dan meningkatkan kelengkapan produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan perlu memperhatikan strategi penetapan harga jual agar sesuai dan terjangkau bagi konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti di masa mendaatang dianjurkan untuk memperluas lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lainnya. Disarankan pula untuk menetapkan kriteria yang lebih spesifik

dalam pengambilan sampel guna memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnia. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, 9(1). 1-10.
- Aini, Z. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus PT. PLN Persero di Kecamatan Tanjung Lombok Utara)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Mataram: Mataram.
- Amir, M. (2021). *Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart*, 3(1). 74-86.
- Anggraeni, D. P. (n.d.). *PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. 37(1).
- Anjarwan, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Persepsi Harga dan lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru*. Jurnal Ekobis Dewantara, 1(3), 1-12.
- Asifa, F. (2024). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Skincare Skintific Pada Toko Velasaa Beauty House Di Sampit*. Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 9(2). 147-156.
- Faridah, N. (2021). *Pengaruh Harg Kelengkapan Produk Dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukuh Gresik*. Jurnal ekonomi dan kewirausahaan kreatif, 6(1). 1-18.
- Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*. 9(1), 21–30.
- Kasih, A. T. (2023). *Pengaruh Kemasan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal STIE Widya Wiwaha, 1,1-16.
- Kelengkapan, P., & Dan, P. (2021). *KONSUMEN (Studi Kasus CV . Toko Happy Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang) Oleh : NADRA SYABILLAH PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN (Studi Kasus CV . Toko Happy Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdan*.
- Kemasan, P., Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (2023). *Pengaruh kemasan, harga,*

- dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen mixue. 1, 1–16.*
- Leilem, C. V. D., Tamon, N. P., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada. 2(4).*
- Lemana, R. (n.d.). *HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 1(1), 1–19.*
- Maulana, A. S. (2007). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. TOI.*
- Maramis, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. Jurnal EMBA, 6(3). 1658-1667.
- Makmunah, L. U. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar.* Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 14(2). 1-23.
- Mursalim, S. W. (2018). Analisis Manajemen Pengaduan Sistem Layanan Sistem Aspirasi Pengaduan Online Rakyat (LAPOR) di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi, 15(1), 1–17.* <https://doi.org/10.31113/jia.v15i1.128>
- Produk, K., Kualitas, D., Terhadap, P., & Farida, N. (2021). *Pengaruh Harga , Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik. 6, 63–80.*
- Raintung, R. N. R, Kalangi, J. A. F, Tamengkel, L. F. (2021). *Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado, 2(2).*
- Rosita. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.* Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1(3). 1-18.
- Surbakti, A., Politeknik, D., Bina, M., & Medan, P. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. 2(2), 215–220.*
- Syabilah, N. (2021). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.* (Studi Kasus CV.Toko Happy Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang). Skripsi. Tidak Diterbitkan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Medan Area: Medan.

- Tamon, N. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem*, 2(4).
- Tamengkel, L. F. (2021). *Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado*. 2(2), 140–145.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., Walangitan, O., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Universitas, P., & Ratulangi, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado*. 3(1).
- Wahyuni, D. (2020). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Suzuya Mall Kota Banda Aceh)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry: Banda Aceh.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI APOTEK MEDISLAND KARTASURA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Prischylia Della Anggareni mahasiswa STIE Surakarta, saat ini sedang melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di apotek. Kuesioner ini disusun untuk mengumpulkan data dari responden guna mendukung penelitian tersebut. Kami menjamin bahwa semua informasi yang anda berikan **bersifat rahasia** dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan isi kuesioner berikut dengan memberikan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman anda.

Setiap pertanyaan dibawah ini menggunakan skala likert 1-5, dengan keterangan sebagai berikut :

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

Skor 2 : Tidak Setuju

Skor 3 : Netral

Skor 4 : Setuju

Skor 5 : Sangat Setuju

Kami sangat mengharapkan kesedian Bapak / Ibu / Saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Atas perhatian dan partisipasinya, kami ucapkan terima kasih

Hormat saya

Prischylia Della Anggraeni

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
3. Usia : ☐ < 20 Tahun ☐ 21 – 30 Tahun
☐ 31 – 40 Tahun ☐ > 40 Tahun
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar / Mahasiswa ☐ Karyawan Swata
☐ Pedagang ☐ Wiraswasta / Pengusaha
☐ TNI / Polri ☐ PNS / BUMN
☐ Lainnya
5. Alamat : ☐ Sukoharjo ☐ Karanganyar
☐ Boyolali ☐ Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah sejumlah pernyataan dibawah ini dengan teliti.
2. Mohon kuesioner diisi dengan lengkap dari seluruh pernyataan yang ada.
3. Berilah tanda (✓) dan pilihlah salah satu pada kolom jawaban yang tersedia.

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Apotek memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman					
2	Informasi yang diberikan petugas sesuai dengan kebutuhan saya					
3	Petugas apotek melayani dengan cepat dan sigap					
4	Petugas menjelaskan aturan minum obat dengan jelas					
5	Petugas apotek meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan saya					

2. Variabel Kualitas Produk (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Banyak pilihan obat yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik					
2	Obat yang diberikan mempunyai sesuai dengan keluhan pasien					
3	Obat yang diberikan bekerja dengan baik					
4	Obat yang saya beli di apotek mempunyai izin edar resmi					

3. Variabel Harga (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Harga Obat di Apotek Medisland Kartasura terjangkau					
2	Harga obat yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang di dapat					
3	Harga obat di Apotek Medisland Kartasura tidak jauh berbeda dengan harga obat di apotek lain					
4	Harga obat di apotek di informasikan dengan jelas					

4. Kelengkapan Produk (X₄)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Apotek Medisland Kartasura menyediakan berbagai jenis obat paten maupun generik					
2	Obat yang saya inginkan stoknya tersedia di apotek					
3	Terdapat beraneka ragam merk obat beserta dosis yang berbeda					
4	Apotek menyediakan produk kesehatan lainnya seperti alat kesehatan dll					

5. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan atau kualitas produk yang di berikan Apotek Medisland Kartasura					
2	Produk / layanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya					
3	Harga Produk di Apotek Medisland Kartasura sesuai dengan kualitas dan manfaat yang saya terima					
4	Saya merasa nyaman saat berbelanja atau berkonsultasi di Apotek Medisland Kartasura					
5	Saya bersedia kembali membeli produk atau menggunakan layanan di Apotek Medisland Kartasura					