

## Analisis Pembelian Obat terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu

### *Analysis of Drug Purchases on Customer Satisfaction at Veteran Farma Pharmacy Palu*

<sup>1</sup>Ardini Dwi Hutami Putri\*, <sup>2</sup>Haris Abd. Kadir, <sup>3</sup>Sarifuddin T.

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palu

(\*Email Korespondensi: [ardiniidwi.hutaniputri@gmail.com](mailto:ardiniidwi.hutaniputri@gmail.com))

#### Abstrak

Dari hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan analisis model regresi linear berganda, diperoleh F-hitung dan F-tabel sebesar  $168,209 > 2,706$  dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan), dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan uji t-hitung dan t-tabel  $X_1 = 2.842 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,008$ , hal ini menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan t-hitung dan t-tabel  $X_2 = 4.947 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan t-hitung dan t-tabel  $X_3 = 8.041 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel Tempat/Lokasi ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu.

**Kata Kunci** : Produk; Harga; Tempat/Lokasi; Kepuasan Pelanggan

#### Abstract

From the calculation results obtained using multiple linear regression model analysis, the F-count and F-table are  $168.209 > 2.706$  with a probability level of 0.000 (significant), with a probability value much less than 0.05, this indicates that the Product variable ( $X_1$ ), Price ( $X_2$ ), and Place/Location ( $X_3$ ), together (simultaneously) have a significant effect on the customer satisfaction variable (Y) at the Veteran Pharmacy Farma Palu. From the results of the t-test and t-table calculations  $X_1 = 2.842 > 1.99$  at an error level of 5% or a probability value of  $0.05 > 0.008$ , this indicates that the product ( $X_1$ ) partially has a significant influence on the customer satisfaction variable. (Y) at the Palu Farma Veterans Pharmacy. From the results of the t-count and t-table  $X_2 = 4.947 > 1.99$  at an error level of 5% or a probability value of  $0.05 > 0.000$ , this indicates that the price ( $X_2$ ) partially has a significant influence on the customer satisfaction variable (Y) at the Palu Farma Veterans Pharmacy. From the results of the t-count and t-table calculations  $X_3 = 8.041 > 1.99$  at an error level of 5% or a probability value of  $0.05 > 0.000$ , this indicates that the Place/Location variable ( $X_3$ ) partially has a significant effect on the customer satisfaction variable. (Y) at the Palu Farma Veterans Pharmacy.

**Keywords**: Product; Price; Place/Location; Customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Pengusaha dalam mengelola perusahaan yang dipimpinnya dengan menghubungkan unsur-unsur dan fungsi manajemen perusahaan seperti manajemen produksi, personalia, keuangan, pembelanjaan, serta pemasaran agar perusahaan yang dipimpinnya dapat berjalan dengan lancar dan berkesinambungan (1).

Besarnya kemampuan perusahaan dalam penjualan bukan merupakan jaminan bahwa perusahaan memiliki permintaan pasar yang besar pula, sangatlah penting bagi pelaku pemasaran untuk tetap mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mendukung peningkatan penjualan, salah satunya pelayanan yang selanjutnya diharapkan dapat memperbesar permintaan pasar (2).

Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (3). Keinginan konsumen dalam membeli obat sangat diperlukan untuk mengetahui seperti apa kualitas pelayanan pembelian obat yang diberikan oleh karyawan apotek.

Untuk itu, perusahaan yang berada pada posisi demikian harus menetapkan konsep strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan penjualan, seperti pada Apotek Veteran Farma Palu. Diharapkan dengan adanya strategi pemasaran dan pelayanan yang tepat dapat meningkatkan penjualan agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Kualitas pembelian pelayanan sederhana adalah strategi-strategi pemasaran yang mendorong perusahaan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Dengan di latar belakang hal tersebut maka penulis tertarik untuk membahas karya tulis ini dengan mengambil judul: "Analisis Pembelian Obat Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Veteran Farma Palu"

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif yaitu penelitian yang membutuhkan pengujian, untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain yang menjadi subjek penelitian, yaitu Produk (X1), Harga (X2) dan Tempat/Lokasi (X3) serta kepuasan pelanggan merupakan variabel (Y), dengan menggunakan peralatan statistik yang relevan (4). Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu. Besarnya sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Jika penelitian bersifat deskriptif, maka umumnya membutuhkan sampel yang besar, tetapi jika penelitiannya hanya menguji hipotesis dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit. Karena populasi yang mana dalam penelitian ini sangat banyak, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Oleh sebab itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Purba dalam Handayani dan Cahyono (2006: 162) :

$$n = Z^2 / 4 (Moe)^2$$

Dimana :

n = jumlah sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu (95%)

Moe = Margin of Error

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Dan setelah dibulatkan menjadi 96 esponden. Jadi, jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 96 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuesioner, observasi dan studi pustaka. Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut: *Editing, Coding, Scoring* dan *Tabulating*.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Tempat/Lokasi (X<sub>3</sub>) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Menurut Ghozali (2005:59) Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut (5):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel dependen (kepuasan pelanggan)
- a = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien garis regresi
- X1, X2, X3 = Variabel independen Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Tempat/Lokasi (X<sub>3</sub>)
- e = error / variabel pengganggu

## HASIL

Dalam melakukan analisis regresi linear berganda, paling tidak akan membahas tentang koefisien korelasi, koefisien determinasi, persamaan regresi, koefisien regresi, dan juga koefisien korelasi parsial untuk regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Menurut Sudarmanto (2004) data yang telah diperoleh dari hasil penelitian di lapangan, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif, dimana analisis kuantitatif digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda, sementara analisis kualitatif sendiri dipergunakan guna menjelaskan pembuktian dari analisis kuantitatif (6).

Menurut Sugiyono (2004) Pembuktian dengan analisis kualitatif dimaksudkan untuk menguji variasi dari alat model regresi linear berganda yang digunakan dalam menerangkan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya (7).

Hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi linear berganda diperoleh dengan nilai koefisien regresi, seperti yang terlihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1.** Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda

Dependent Variabel Y = Kepuasan Pelanggan						
Variabel	Reg. Coeff	Std. Error	Beta	t hitung	t tabel	Sig
C = Constanta	0.522	0.195		2.678	1,99	0.009
X1 = Produk	0.229	0.124	0.191	2.842	1,99	0.008
X2 = Harga	0.647	0.131	0.548	4.947	1,99	0.000
X3 = Tempat/Lokasi	0.703	0.087	0.590	8.041	1,99	0.000
R-Square = 0.846	F hitung = 168.209					
Adjusted R-Square = 0.814	F tabel = 2,706					
Durbin-Waston = 1.307	Sig F = 0,000					

Sumber : Hasil olahan data Tahun 2019

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh, ditunjukkan pada Tabel 5.7 tersebut di atas, maka diperoleh persamaan regresi yang dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 0.522 + 0.229 (X_1) + 0.647 (X_2) + 0.703 (X_3)$$

Di mana :

b<sub>0</sub>= 0.522, artinya jika Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), dan Tempat/Lokasi (X<sub>3</sub>) sama dengan nol maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,522 poin;

b<sub>1</sub>=0.229, artinya koefisien regresi variabel Produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0.229, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 poin Produk (X<sub>1</sub>), maka akan menaikkan kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.229 poin dari nilai konstanta sebesar 0,522, dengan asumsi Harga (X<sub>2</sub>), dan Tempat/Lokasi (X<sub>3</sub>) konstan atau sama dengan nol.;

b<sub>2</sub>= 0.647, artinya bahwa koefisien regresi Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,647, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 poin Harga (X<sub>2</sub>), maka akan menaikkan kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,647 poin dari nilai konstanta sebesar 0,522, dengan asumsi Produk (X<sub>1</sub>), dan Tempat/Lokasi (X<sub>3</sub>) konstan;

b<sub>3</sub> = 0.703, artinya koefisien regresi Tempat/Lokasi sebesar 0,703, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 poin Tempat/Lokasi, maka akan menaikkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,703 poin dari

nilai konstanta sebesar 0,522, dengan asumsi Produk ( $X_1$ ), dan Harga ( $X_2$ ) konstan;

Sedangkan untuk nilai koefisien korelasi sebesar 0,920 menunjukkan bahwa ada hubungan yang Sangat kuat antara variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), Hubungan dengan interval koefisien 0,80 – 0,999 (Sugiyono, 2004). Demikian halnya pada *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,846 menunjukkan bahwa 84,6% kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), sehingga terdapat 15,4% variabel lain yang tidak menjelaskan variabel kepuasan pelanggan dan yang tidak teridentifikasi dalam penelitian ini, yaitu strategi pemasaran, segmentasi pasar, kualitas layanan dan citra perusahaan.

#### **Pembuktian Hipotesis Pertama (Uji F)**

Analisis uji-F yang dilakukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis bahwa Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu.

Uji statistik F (uji *signifikansi simultan*), pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai *probability* dengan nilai alpha ( $\alpha$ ) = 0,05. Uji F juga mempunyai pengaruh yang signifikan apabila nilai *probability* (sig) lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha < 0,05$ ) atau sebesar  $0,05 > 0,000$ .

Dari hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan analisis model regresi linear berganda, diperoleh F-hitung dan F-tabel sebesar  $168,209 > 2,706$  dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan), dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu, atau dapat dikatakan bahwa hipotesis yang pertama dari penelitian ini dapat diterima kebenarannya.

#### **Pembuktian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Untuk menjawab hipotesis mengenai pengaruh masing-masing variabel dilakukan dengan menggunakan uji t, pengujian pengaruh secara parsial ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh satu variabel independen (X) yaitu; variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Uji-t dilakukan untuk menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi (B) secara parsial, dengan membandingkan nilai *probability* dengan nilai alpha ( $\alpha$ ) = 0,05, uji t akan berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan  $p < 0,05$ , lebih lanjut untuk mengetahui lebih jelas bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dinyatakan sebagai berikut :

#### **Variabel Produk ( $X_1$ ) Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil t-hitung dan t-tabel  $X_1 = 2.842 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,008$ , hal ini menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dinyatakan terbukti.

#### **Variabel Harga ( $X_2$ ) Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil t-hitung dan t-tabel  $X_2 = 4.947 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dinyatakan terbukti.

#### **Variabel Tempat/Lokasi ( $X_3$ ) Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil t-hitung dan t-tabel  $X_3 = 8.041 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel Tempat/Lokasi ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dinyatakan terbukti.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Parsial Variabel produk, harga dan tempat/lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

*Promotion Mix* (Bauran Promosi) pada Apotek Veteran Farma Palu, merupakan faktor penting dalam proses peningkatan kepuasan pelanggan melalui kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan, hal ini tidak saja digunakan dalam penilaian terhadap besarnya keuntungan saja tetapi juga untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan sehingga kepuasan maupun minat Konsumen untuk membeli produk obat pada Apotek Veteran Farma Palu dapat lebih meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), serta tempat/lokasi ( $X_3$ ), ternyata mempunyai pengaruh secara Parsial dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dengan kontribusi *R-Square* sebesar 0,725 atau berada pada tingkat hubungan yang kuat dengan interval koefisien 0,80 – 0,999 Sugiyono (2004:82). Artinya bahwa variabel Pembelian mempunyai hubungan (pengaruh) terhadap kepuasan pelanggan Obat pada Apotek Veteran Farma Palu.

Dapat jelaskan bahwa Pembelian yang terdiri dari produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), serta tempat/lokasi ( $X_3$ ), mampu untuk mempengaruhi kepuasan Pelanggan, hal ini pula menunjukkan bahwa bauran pemasaran merupakan hal terpenting dalam meningkatkan penjualan karena bauran pemasaran berperan penting dalam sistem pemasaran perusahaan. Jika dilihat dari hasil kuisioner yang telah diedarkan maka pernyataan keempat pada variabel tempat/lokasi yang menyatakan “Apotek Veteran Farma Palu Mudah dijangkau” maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Apotek Veteran Farma Palu menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan medis.

### Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk, ternyata secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada Apotek Veteran Farma Palu.

t hitung  $X_1 = 2.842$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,008$ , hal ini menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) pada Apotek Veteran Farma Palu .

Hasil analisis dari penelitian ini mengindikasikan bahwa produk berpengaruh terhadap kepuasan pembelian Pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dalam menawarkan produk sesuai dengan keinginan konsumen, mampu bersaing dengan kualitas produk lain, pemberian kemasan pada produk sanbe mampu menciptakan nilai tambah dan arti promosi bagi produsen serta terdapat banyak khasiat dan manfaat pada produk yang ditawarkan, dari hasil penelitian hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, artinya bahwa jika Apotek Veteran Farma Palu, menawarkan produk yang lebih berkualitas serta sesuai dengan keputusan para konsumen maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, ternyata mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dimana nilai t-hitung  $X_2 = 4.947$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$  ini menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) Apotek Veteran Farma Palu .

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan, Dapat dijelaskan bahwa Apotek Veteran Farma Palu, dalam menentukan harga produk terjangkau oleh konsumen, mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain, relatif lebih murah dibanding apotek lain serta sebanding dengan kualitas produk, hal tersebut dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dalam penentuan harga yang lebih optimal lagi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan selama tidak menimbulkan kerugian bagi pihak apotek.

### Pengaruh Tempat/Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tempat/lokasi, ternyata secara parsial

mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Apotek Veteran Farma Palu, dimana nilai  $t$  hitung  $X_3 = 8.041$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa tempat/lokasi ( $X_3$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan ( $Y$ ) Apotek Veteran Farma Palu.

Hasil analisis dari penelitian ini mengindikasikan bahwa tempat/lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada Apotek Veteran Farma Palu, dapat jelaskan bahwa untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan, perlu meningkatkan fasilitas pendukung, lingkungan yang kondusif serta mudah dijangkau oleh konsumen.

#### KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan analisis model regresi linear berganda, diperoleh  $F$ -hitung dan  $F$ -tabel sebesar  $168,209 > 2,706$  dengan tingkat probabilitas  $0,000$  (signifikan), dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari  $0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Tempat/Lokasi ( $X_3$ ), secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan uji  $t$ -hitung dan  $t$ -tabel  $X_1 = 2.842 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,008$ , hal ini menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan  $t$ -hitung dan  $t$ -tabel  $X_2 = 4.947 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Veteran Farma Palu. Dari hasil perhitungan  $t$ -hitung dan  $t$ -tabel  $X_3 = 8.041 > 1,99$  pada taraf kesalahan 5% atau nilai probabilitas  $0,05 > 0,000$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel Tempat/Lokasi ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Apotek Veteran Farma Palu.

#### SARAN

Rekomendasi saran agar perlunya pimpinan Apotek Veteran Farma Palu untuk memperhatikan mengenai kualitas produk, penetapan harga yang diberikan senantiasa memperhatikan harga eceran tertinggi serta tempat/lokasi perlu penambahan fasilitas pendukung yang dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Naim MR, SE MM, Asma SP. Pengantar Manajemen. Penerbit Qiara Media; 2019.
2. Mukarromah S. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir. com. Universitas Muhammadiyah Surabaya; 2018.
3. Satria AA. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *J Manaj Dan Start-Up Bisnis*. 2017;2(1):45–53.
4. Nurrahman I, Utama DH. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli smartphone nokia series x di bec bandung). *J Bus Manag Educ*. 2016;1(1):56–65.
5. Mulyanto H, Gunarhadi G, Indriayu M. The effect of problem based learning model on student mathematics learning outcomes viewed from critical thinking skills. *Int J Educ Res Rev*. 2018;3(2):37–45.
6. SUDARMANTO S. KADAR ASAM URAT PADA NEONATUS DENGAN ASFIKSIA. Program Pendidikan Pasca sarjana Universitas Diponegoro; 2004.
7. Sugiyono S. Pengaruh pembinaan kepala sekolah, motivasi kerja, dan pengalaman diklat terhadap kinerja guru dalam pembelajaran bahasa Madura di SDN Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan Madura. *J Penelit dan Eval Pendidik*. 2004;6(1).
8. Rajindra, Rajindra. (2021b). Strategi Manajemen Pengelolaan Alat Kontrasepsi di Kabupaten Donggala, Indonesia. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 14–22.