MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOTEK HAEMES

Amanda Aloyna[1*], Darwis Robinson Manalu[2]
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Methodist Indonesia, Indonesia

Email: [1] amanda.aloyna07@gmail.com, [2]manaludarwis@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and product availability on customer satisfaction at Apotek Haemes. The factors tested in this study are service quality and product availability, which influence customer satisfaction. This research uses a quantitative method with purposive sampling involving 100 respondents who are customers of Apotek Haemes. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that service quality has a positive effect on customer satisfaction. Product availability does not have a significant effect on customer satisfaction. In addition, service quality and product availability together have been shown to have a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, product availability, and customer satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan ketersediaan produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden pelanggan Apotek Haemes. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama-sama terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan kepuasan pelanggan.

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

PENDAHULUAN

Industri kesehatan di Indonesia, termasuk sektor farmasi, terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan. Apotek memiliki peran strategis sebagai penyedia obat dan produk kesehatan sekaligus tempat konsultasi bagi masyarakat. Ketatnya persaingan antar apotek, baik yang berjejaring maupun mandiri, menuntut setiap apotek untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggannya. Dua faktor yang banyak

disorot dalam literatur pemasaran jasa sebagai penentu keberhasilan usaha ritel farmasi adalah kualitas pelayanan dan ketersediaan produk.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting keberhasilan suatu usaha karena berkaitan erat dengan loyalitas dan keberlangsungan bisnis (Puspitasari, Kurniasih, & Indriastuti, 2025). Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apotek kepada orang lain, sementara pelanggan yang tidak puas berisiko beralih ke apotek pesaing. Kualitas pelayanan yang baik, yang tercermin dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, diyakini mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan (Puspitasari et al., 2025). Di sisi lain, ketersediaan produk yang lengkap dan konsisten juga menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih apotek langganan (Ndruru, Zalukhu, Harefa, & Gulo, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan maupun ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan atau keputusan pembelian pada apotek. Maddinsyah dan Solihin (2026) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga membentuk kepuasan pelanggan pada Apotek Berkat Pamulang, sedangkan Bayu et al. (2024) menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen pada Apotek Mega Bandung. Apriliansyah dan Anah (2025) menemukan bahwa ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Apotek Pulosari Surabaya. Namun demikian, kajian yang secara khusus menguji pengaruh ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan (bukan keputusan pembelian) pada apotek mandiri, seperti Apotek Haemes, masih terbatas. Kesenjangan inilah yang mendasari penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis berupa bukti empiris pada konteks apotek mandiri, serta memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Apotek Haemes dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk atau layanan terhadap ekspektasi pelanggan (Puspitasari et al., 2025). Kepuasan yang tinggi akan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan yang rendah dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan apotek kepada pihak lain.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Puspitasari et al. (2025) dalam kajiannya pada pelayanan kefarmasian mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur melalui indikator kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kejelasan informasi mengenai obat, dan kenyamanan fasilitas apotek.

Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk merujuk pada kemampuan penyedia jasa untuk menyediakan produk sesuai kebutuhan pelanggan pada saat dibutuhkan (Ndruru et al., 2025). Dalam ritel farmasi, kelengkapan dan kestabilan stok obat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap berbelanja pada apotek yang sama (Apriliansyah & Anah, 2025). Dalam penelitian ini, ketersediaan produk diukur melalui indikator kelengkapan jenis obat, ketersediaan stok, kondisi produk, dan kestabilan pasokan.

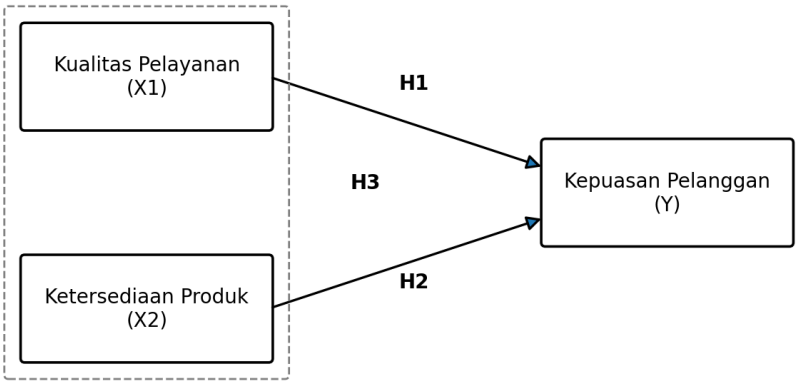
Penelitian Terdahulu

Maddinsyah dan Solihin (2026) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara signifikan membentuk kepuasan pelanggan pada Apotek Berkat Pamulang. Bayu et al. (2024) menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Mega Bandung, dengan kontribusi ketiga variabel sebesar 55%. Apriliansyah dan Anah (2025) menemukan bahwa ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Pulosari Surabaya. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara konsisten berperan penting dalam membentuk kepuasan maupun keputusan pelanggan apotek, namun kajian yang menghubungkan ketersediaan produk secara khusus dengan kepuasan pelanggan (bukan keputusan pembelian) pada apotek mandiri masih jarang dilakukan, sehingga penelitian ini melengkapi kesenjangan tersebut.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes. H2: Ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes. H3: Kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Apotek Haemes yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (infinite population). Sampel penelitian ditentukan

sebanyak 100 responden menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Apotek Haemes minimal dua kali.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan ketersediaan produk (X2) sebagai variabel bebas, serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert 1 sampai 5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju), serta didukung dengan observasi langsung di lokasi penelitian. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitasnya dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel (0,1654 pada taraf signifikansi 5% dengan n=100), dan diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai ambang batas 0,60 (Ghozali, 2021).

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (nilai tolerance dan VIF), serta uji heteroskedastisitas (uji Glejser), untuk memastikan model regresi memenuhi syarat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Kedua, analisis regresi linier berganda dengan persamaan Y = a + b1X1 + b2X2 + e, untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga, pengujian hipotesis melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Seluruh pengolahan data dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pelanggan Apotek Haemes. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
Usia	< 25 tahun	31	31%
	25 - 40 tahun	45	45%
	> 40 tahun	24	24%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1654), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,120	Kurang Reliabel
Ketersediaan Produk (X2)	0,384	Kurang Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,298	Kurang Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2026)

Nilai Cronbach's Alpha pada ketiga variabel berada di bawah ambang batas 0,60, yang mengindikasikan bahwa konsistensi internal instrumen penelitian ini masih tergolong rendah.

Hal ini menjadi salah satu keterbatasan penelitian yang perlu menjadi perhatian dalam interpretasi hasil, dan akan dibahas lebih lanjut pada bagian keterbatasan penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga data residual berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,851 (> 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,175 (< 10) untuk kedua variabel bebas, sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	t hitung	Sig.
Konstanta	4,137	3,290	0,001
Kualitas Pelayanan (X1)	0,357	4,291	0,000
Ketersediaan Produk (X2)	0,130	1,840	0,068

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: Y = 4,137 + 0,357X1 + 0,130X2. Nilai konstanta sebesar 4,137 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan ketersediaan produk bernilai nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 4,137. Koefisien regresi X1 sebesar 0,357 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,357 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi X2 sebesar 0,130 menunjukkan pengaruh yang positif namun relatif kecil terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,253, yang berarti kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 25,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 74,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga, lokasi, atau citra apotek.

Pengujian Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,291 dengan nilai t tabel sebesar 1,9847 (df=97, α=0,05). Karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, variabel ketersediaan produk (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 1,840, lebih kecil dari t tabel 1,9847, dengan nilai signifikansi 0,068 > 0,05, sehingga H2 ditolak, yang berarti ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 16,388 dengan nilai F tabel sebesar 3,09 (df1=2, df2=97, α=0,05). Karena F hitung > F tabel dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H3 diterima, yang berarti kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Apotek Haemes. Temuan ini konsisten dengan penelitian Maddinsyah dan Solihin (2026) serta Bayu et al. (2024) yang juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan apotek. Kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, serta kejelasan informasi mengenai obat menjadi aspek yang paling dirasakan oleh pelanggan Apotek Haemes, sehingga peningkatan pada aspek-aspek tersebut berpotensi besar meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Berbeda dengan hipotesis awal, ketersediaan produk tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini. Temuan ini berbeda dengan hasil Apriliansyah dan Anah (2025) yang menemukan bahwa ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Pulosari Surabaya. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa peran ketersediaan produk dapat berbeda tergantung pada tahap keputusan konsumen yang diukur: ketersediaan produk tampaknya lebih berperan pada tahap keputusan untuk membeli, sedangkan pada tahap kepuasan setelah bertransaksi, aspek pelayanan menjadi lebih dominan dalam menentukan persepsi pelanggan Apotek Haemes.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, kedua variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun kontribusinya tergolong moderat (25,3%). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Apotek Haemes juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga, lokasi, atau citra apotek, yang perlu dikaji lebih lanjut pada penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Haemes, sedangkan ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 25,3%, sementara 74,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu menjadi perhatian, yaitu nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada di bawah ambang batas 0,60, yang menunjukkan konsistensi internal instrumen penelitian masih rendah. Hal ini dapat memengaruhi keakuratan hasil dan perlu menjadi perhatian dalam penelitian selanjutnya, misalnya melalui perbaikan redaksi item pernyataan atau penambahan jumlah item per indikator.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan kepada manajemen Apotek Haemes untuk memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek daya tanggap dan komunikasi karyawan kepada pelanggan, mengingat aspek ini terbukti memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, lokasi, atau citra apotek, serta memperbaiki kualitas instrumen penelitian guna meningkatkan konsistensi internal alat ukur.

DAFTAR PUSTAKA

Apriliansyah, A. R., & Anah, L. (2025). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Pulosari Surabaya. Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(4), 247-257. https://doi.org/10.61722/jemba.v2i4.1154

Bayu, M., Saputro, A. H., & Mubarok, D. A. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Mega Bandung. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10(3), 1967-1975. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2488

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Maddinsyah, A., & Solihin, D. (2026). Kualitas Pelayanan dan Harga: Kunci di Balik Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmiah M-Progress, 16(1), 187-197. https://doi.org/10.35968/mpu.v16i1.1848

Ndruru, M. A., Zalukhu, Y., Harefa, I., & Gulo, H. (2025). The Influence of the Availability of Products Needed by Consumers on the Level of Customer Satisfaction at Indomaret Stores Diponegoro City of Gunungsitoli. Jurnal Ilmiah METADATA, 7(3), 151-158. https://doi.org/10.47652/metadata.v7i3.911

Puspitasari, F., Kurniasih, N., & Indriastuti, M. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Kefarmasian di Apotek Graha Persada Medika Kecamatan Sindangkasih Kabupaten Ciamis. Pharmacy Genius, 4(3), 91-97. https://doi.org/10.56359/pharmgen.v4i3.741

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.