

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PENGETAHUAN KARYAWAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK SUMBER TENAGA BANGKINANG KOTA

Azhari¹; Henrizal²; Litra Diantara³; Maulina Agustiningasih⁴; Abdillah Akbar⁵

STIE Bangkinang, Riau 28411, Indonesia
Jln. Dr. A Rahman Saleh, Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau 28463
E-mail : azhari@stiebangkinang.ac.id (Koresponding)

Abstract: This study aims to determine the simultaneous and partial effects of Product Completeness, Employee Knowledge, and Price on Customer Satisfaction at Sumber Tenaga Pharmacy. The analysis used is multiple linear regression. The total number of respondents in this study was 106. Hypothesis testing was conducted using F and t tests. Based on the results, it can be concluded that, according to the simultaneous test, Product Completeness, Employee Knowledge, and Price significantly affect Customer Satisfaction at Sumber Tenaga Pharmacy. Based on the partial test (individual), Employee Knowledge and Price significantly affect Customer Satisfaction, while Product Completeness has a relatively smaller influence, although still significant. The correlation between the independent variables and the dependent variable, Customer Satisfaction, is relatively high, with a contribution of 84.3%, while the remaining 15.7% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Product Completeness, Employee Knowledge, Price, Customer Satisfaction*

Industri apotek di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan perawatan diri. Apotek tidak hanya berperan sebagai penyedia obat dan produk kesehatan, tetapi juga menjadi titik layanan penting bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, rekomendasi, serta pelayanan yang cepat dan berkualitas (Puspitadewi & Rachman, 2020). Kondisi ini mendorong apotek untuk terus berinovasi, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan memenangkan persaingan tidak cukup hanya mengandalkan produk yang dijual, tetapi sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kemampuan apotek mengelola sumber daya secara efektif dan efisien agar tujuan utama kepuasan konsumen dapat tercapai (Nggagho et al., 2024).

Kepuasan konsumen di apotek umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, di antaranya kelengkapan produk, pengetahuan karyawan, dan harga (Rohaeni & Marwa, 2018). Ketiga faktor ini menentukan pengalaman konsumen saat berkunjung, mulai dari ketersediaan produk yang dicari,

kualitas komunikasi dan edukasi dari petugas, hingga persepsi “nilai” yang diterima konsumen dibandingkan uang yang dikeluarkan. Objek kajian dalam penelitian ini adalah Apotek Sumber Tenaga (bentuk usaha: UD/Usaha Dagang) yang telah berdiri sejak tahun 1985. Salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan pelayanan apotek adalah perkembangan jumlah konsumen. Data lima tahun terakhir (2020–2024) menunjukkan adanya fluktuasi antara target dan realisasi jumlah konsumen. Untuk memudahkan perbandingan, ringkasannya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Target dan Realisasi Konsumen

N o	Tahun	Target Konsumen	Realisasi Konsumen	Persentase (%)
1	2020	21.000	19.580	87.9
2	2021	21.000	19.032	90.16
3	2022	21.000	16.872	79.36
4	2023	21.000	18.887	89.44
5	2024	21.000	17.354	81.77

Sumber: Apotek Sumber Tenaga, 2025

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa realisasi jumlah konsumen belum mencapai

target dan tingkat pencapaiannya berubah-ubah dari tahun ke tahun. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa apotek perlu menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui strategi layanan yang konsisten. Dalam praktiknya, konsumen akan cenderung kembali ke apotek yang mampu memenuhi kebutuhan mereka secara lengkap, memberikan pelayanan informatif, serta menawarkan harga yang dirasa sesuai.

Kelengkapan produk merupakan aspek penting dalam bisnis apotek. Pada umumnya, konsumen datang dengan harapan produk yang dibutuhkan tersedia saat itu juga. Apotek yang sering mengalami kekosongan stok atau variasi produk yang terbatas berisiko menimbulkan ketidakpuasan. Dampaknya bisa langsung terlihat: konsumen kecewa, menunda pembelian, atau bahkan beralih ke apotek lain yang dinilai lebih siap memenuhi kebutuhan mereka. Kelengkapan produk bukan hanya soal “ada atau tidak ada,” tetapi juga mencakup variasi jenis produk, merek, dosis, bentuk sediaan, hingga kualitas. Semakin lengkap dan beragam pilihan yang tersedia, semakin besar peluang apotek memenuhi ekspektasi konsumen (Korowa et al., 2018). Karena itu, manajemen persediaan (inventory) menjadi krusial, termasuk kemampuan memprediksi permintaan dan mengatur pengadaan agar stok tetap terjaga. Dengan pengelolaan stok yang baik, apotek dapat meminimalkan kejadian “produk kosong” yang sering menjadi sumber keluhan konsumen (Widodo, 2016).

Selain kelengkapan produk, pengetahuan karyawan sangat memengaruhi kepuasan konsumen (Suhartini, 2015). Karyawan yang memahami produk mulai dari kegunaan, aturan pakai, dosis, manfaat, hingga potensi efek samping akan lebih mampu memberikan informasi yang jelas, tepat, dan meyakinkan. Pengetahuan yang memadai juga meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap apotek. Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, peningkatan kompetensi karyawan dapat dilakukan melalui pelatihan berkala, pembaruan pengetahuan produk, serta

pembiasaan komunikasi layanan (service communication) (Mulyana & Ali, 2024).

Berikut ringkasan data karyawan Apotek Sumber Tenaga.

Tabel 2. Data Karyawan Apotek Sumber Tenaga

No	Nama	Usia	Pendidikan Terakhir
1	Apt. N Dola Safitri, S.Farm	26 Tahun	Institut Deli Husada Deli Tua
2	Ayu Diana	21 Tahun	SMK Farmasi
3	Dian Ramadani	20 Tahun	Diploma Farmasi
4	Dhanny Armanda	23 Tahun	SMA

Sumber: Apotek Sumber Tenaga, (2025)

Data tersebut menunjukkan komposisi karyawan dengan latar pendidikan yang beragam. Dalam kondisi seperti ini, pelatihan dan pembinaan layanan menjadi penting agar standar informasi dan kualitas pelayanan tetap seragam. Karyawan yang mampu memberi rekomendasi produk sesuai kebutuhan konsumen (tanpa mengabaikan keamanan) akan meningkatkan pengalaman berbelanja dan berpotensi memperkuat loyalitas pelanggan. Dalam pemasaran, harga merupakan variabel yang sangat menentukan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (Amilia, 2017). Apotek perlu menetapkan harga secara strategis: mempertimbangkan biaya, margin, kondisi pasar, serta persepsi nilai yang diterima konsumen. Harga yang lebih tinggi bisa diterima bila disertai nilai tambah yang jelas, misalnya konsultasi farmasi yang membantu, jaminan keaslian produk, ketersediaan produk yang lengkap, atau pelayanan cepat. Namun jika harga dianggap lebih tinggi tanpa manfaat tambahan yang dirasakan, konsumen dapat beralih ke pesaing (Sejati & Yahya, 2016). Berikut perbandingan harga beberapa produk antara Apotek Sumber Tenaga dan dua apotek pesaing.

Tabel 3. Perbedaan Harga Apotek Sumber Tenaga, Apotek Heru Farma dan Apotek Fitrah

No.	Nama Obat	Harga Apotek Sumber Tenaga (IDR)	Harga Apotek Heru Farma (IDR)	Harga Apotek Fitrah (IDR)
1	Procold Flu & Batuk (Paten)	5.000	6.000	6.000
2	Panadol Cold & Flu (Paten)	16.000	20.000	16.000
3	Paratusin Tablet (Paten)	18.000	16.000	18.000
4	Hufagrip Forte (Paten)	8.000	5.000	9.000
5	Vicks VapoRub 10g (Paten)	10.000	10.000	11.000
6	OBH Combi Plus Batuk Flu (Paten)	22.000	18.000	22.500
7	Decolgen (Paten)	2.500	5.000	3.000
8	Paracetamol (Generik)	24.000	22.000	23.000
9	Tolak Angin Cair Flu (Paten)	4.500	4.000	4.500
10	Rhinos Junior Syrup 60ml (Paten)	72.000	73.000	74.000

Sumber: Apotek Sumber Tenaga, Apotek Heru Farma, dan Apotek Fitrah (2025)

Berdasarkan perbandingan harga pada beberapa item, Apotek Sumber Tenaga menunjukkan kecenderungan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan apotek pesaing (misalnya Apotek Heru Farma), sehingga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian terutama pada konsumen yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap harga; oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga yang lebih adaptif melalui evaluasi berkala, program promosi yang terarah, serta penguatan nilai tambah layanan agar persepsi manfaat (value) yang diterima konsumen tetap sepadan (Basar et al., 2021). Secara konseptual, kepuasan konsumen merefleksikan evaluasi menyeluruh atas pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan apotek, yang mencakup kelengkapan

ketersediaan produk, kualitas pelayanan dan kompetensi pengetahuan karyawan, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan; ketika aspek-aspek tersebut tidak terpenuhi seperti stok yang kurang lengkap, informasi produk yang kurang memadai, dan harga yang dianggap tidak kompetitif maka kepuasan, keputusan pembelian, dan loyalitas konsumen cenderung menurun. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Sumber Tenaga Bangkinang Kota.”

Manajemen

Manajemen adalah ilmu yang mempelajari cara mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif (Handoko, 1998). Dalam praktiknya, manajemen mencakup berbagai kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengendalian. Konsep ini pertama kali digagas oleh para ilmuwan seperti Henri Fayol dan Frederick Taylor, yang mengembangkan teori-teori manajerial pada awal abad ke-20. Fayol, misalnya, menyarankan bahwa manajer harus memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan aktivitas dalam organisasi (Mariska & Sukiyah, 2023).

Manajemen Pelayanan

Manajemen pelayanan adalah suatu cabang ilmu manajemen yang berfokus pada penyediaan layanan berkualitas kepada konsumen (Lay, 2021). Pelayanan yang baik tidak hanya mencakup produk yang ditawarkan, tetapi juga mencakup pengalaman yang diperoleh oleh konsumen selama interaksi dengan penyedia layanan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa tercapai atau terpenuhi oleh penampilan produk atau jasa tersebut. Brown (Iskandar,

2018) menjelaskan bahwa konsumen yang puas akan terus mengkonsumsi produk tersebut, membangun loyalitas, dan bahkan mempromosikan produk atau jasa tersebut dari mulut ke mulut. Anastasia & Nurendah (2014) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perbedaan antara harapan konsumen (nilai harapan) dengan apa yang diberikan oleh perusahaan dalam usaha untuk memenuhi harapan tersebut. Indikatornya adalah re-purchase, menciptakan word of mouth, menciptakan citra merek, keputusan pembelian ulang, pelayanan yang diberikan, ketersediaan produk, harga yang sesuai dengan kualitas, serta pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan efisien (Hidayat et al., 2023).

Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk, menurut Kotler, merujuk pada tersedianya berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen, yang dihasilkan oleh produsen. Menurut Arianto & Patilaya (2018) produk yang lengkap tidak hanya mencakup kuantitas, tetapi juga kualitas dan variasi yang sesuai dengan preferensi konsumen. Dalam hal ini, kelengkapan produk mencakup beragam faktor, mulai dari jenis produk, merek, ukuran, hingga kualitas yang ditawarkan. Pengetahuan karyawan

Menurut Kotler dan Keller (2008), pengetahuan karyawan adalah pemahaman yang dimiliki oleh karyawan mengenai produk, layanan, serta prosedur operasional yang diterapkan oleh perusahaan. Menurut Latief et al. (2019) pengetahuan karyawan tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk yang dijual, tetapi juga mencakup keterampilan dalam berinteraksi dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang ramah dan profesional, serta menangani masalah dengan cepat dan efektif.

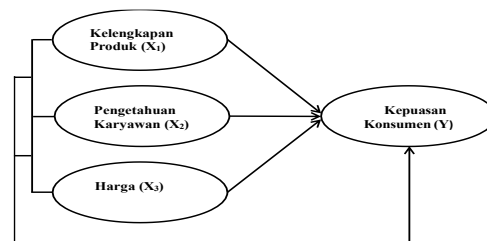
Harga

Harga, menurut Kotler dan Keller (2008), adalah jumlah uang yang dibayar oleh

konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Penetapan harga bukan hanya sekedar menentukan angka yang tercantum pada produk, tetapi juga mencerminkan nilai yang diterima oleh konsumen. Dalam strategi pemasaran, harga merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Model Penelitian

Berdasarkan teori dan kajian pustaka maka kerangka pemikiran penelitian ini ditampilkan pada gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelengkapan produk, pengetahuan karyawan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Sumber Tenaga Bangkinang Kota. Data penelitian diperoleh dari data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen sebagai responden, yang disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel kelengkapan produk (X1), pengetahuan karyawan (X2), harga (X3), dan kepuasan konsumen (Y); sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen apotek dan literatur yang relevan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Apotek Sumber Tenaga, dengan penentuan sampel menggunakan teknik sampling (misalnya accidental sampling/purposive sampling) sesuai kondisi di lapangan dan jumlah populasi yang tidak terdata secara pasti. Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan

reliabilitas instrumen, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, kemudian analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun simultan, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan tingkat signifikansi 0,05, dan dilengkapi dengan koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kontribusi variabel X terhadap Y.

HASIL

Identitas Responden

Analisis Deskriptif Untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu yang dilihat dari nilai rata-rata maksimum, minimum standar deviasi. Hasil pengolahan data SPSS terhadap data tersebut dapat dilihat pada tabel 2 :

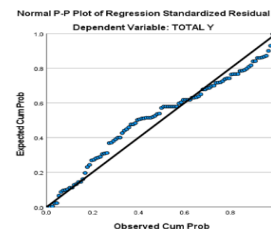
Tabel 2. Identitas Responden

No	Identitas	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin :	59	55,66%
	a. Laki-laki	47	44,34%
	b. Perempuan		
	Jumlah	106	100%
2	Umur:		
	a. <20Tahun	2	1,89%
	b. 20-25 Tahun	37	34,91%
	c. >25 Tahun	67	63,21%
	Jumlah	106	100%

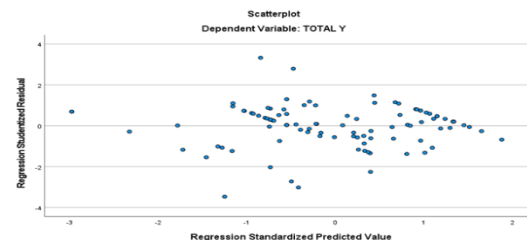
Sumber: hasil Olahan data, 2025

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa Berdasarkan Tabel IV.1, responden didominasi oleh laki-laki (55,66%) dibanding perempuan (44,34%), yang mengindikasikan konsumen laki-laki lebih banyak bertransaksi di Apotek Sumber Tenaga, kemungkinan karena lebih sering melakukan pembelian obat secara langsung serta berperan dalam pengambilan keputusan kebutuhan kesehatan keluarga. Dari sisi umur, mayoritas responden berada pada kategori >25 tahun (63,21%), diikuti 20–25 tahun (34,91%), dan <20 tahun (1,89%), menunjukkan bahwa konsumen utama apotek berasal dari usia produktif yang umumnya memiliki kesadaran kesehatan dan

daya beli yang relatif stabil serta membutuhkan layanan cepat dan ketersediaan produk yang memadai, sehingga segmen ini penting untuk ditargetkan melalui kelengkapan produk, pelayanan informatif karyawan, dan harga yang kompetitif.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Gambar. 3 Grafik Scatterplot

Hasil uji regresi berganda

Setelah keseluruhan data kuesioner diuji dan dinyatakan valid, reliabel, normal dan tidak ada penyimpangan asumsi klasik, selanjutnya dilakukan regresi linear berganda. Hasil pengujian data dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS 25.00 didapatkan output terlihat pada tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Err	Beta or
(Constant)	-1.981	3.410	
Kelengkapan Produk	-0.078	0.105	-0.064
Pengetahuan Karyawan	0.551	0.091	0.531
Harga	0.546	0.074	0.498

Sumber: Hasil Olahan Data, 2025

Dari nilai-nilai Regresi Linier

Berganda diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1,981 - 0,078 X_1 + 0,551 X_2 + 0,546 X_3$$

Hasil uji f (Simultan)

Hipotesis dalam penelitian ini diduga terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sumber Tenaga. Untuk menguji hipotesis ini, digunakan uji F, yang bertujuan untuk melihat apakah secara bersama-sama variabel-variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengolahan uji simultan dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1. Regression	8409.317	3	2803.106	189.338	0.000 ^b
Residual	1510.089	102	14.805		
Total	9919.406	105			

Sumber: Hasil Olahan Data, 2025

Pada hasil uji regresi dalam penelitian ini diketahui terlihat bahwa hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, yang lebih kecil dari α 5% (0,050). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan secara simultan dari variabel Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sumber Tenaga. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sangat baik dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen.

Hasil uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel independen, yaitu Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen, dengan tingkat signifikansi α 5% (0,05). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 5:

Tabel 5. Hasil Parsial (Uji t)

Model	t hitung	t tabel	Sig	Keterangan
Kelengkapan Produk	-0.741	1.984	0.461	
Pengetahuan Karyawan	6.070	0.000	0.000	
Harga	7.407	0.000	0.000	

Sumber: hasil Olahan data, 2025

Berdasarkan Tabel IV.11, uji t menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk memiliki $t_{hitung} = -0,741$ dengan sig. 0,461, sehingga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,984) dan sig. $> 0,05$. Sementara itu, Pengetahuan Karyawan ($t_{hitung} = 6,070$; sig. 0,000) dan Harga ($t_{hitung} = 7,407$; sig. 0,000) berpengaruh signifikan secara parsial karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan sig. $< 0,05$. Dengan demikian, kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan karyawan dan harga, sedangkan kelengkapan produk tidak.

Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi (Bivariate Correlation) dilakukan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Koefisien korelasi ini menggambarkan tingkat keterkaitan antara setiap pasangan variabel yang diuji, disajikan pada Tabel 6:

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.921	0.843	0.843	3.84770

Sumber: hasil Olahan data, 2025

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,843, yang berarti kontribusi variabel bebas terhadap Kepuasan Konsumen sebesar $0,843 \times 100 = 84,3\%$. Ini menunjukkan bahwa 84,3% variasi dalam Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kelengkapan

Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga. Sedangkan sisanya sebesar 15,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Sumber Tenaga. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar -0,741 dengan tingkat signifikansi 0,461 ($>0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen ditolak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak menjadikan kelengkapan produk sebagai faktor utama dalam menilai kepuasan ketika berbelanja di Apotek Sumber Tenaga. Meskipun kelengkapan produk merupakan aspek penting dalam bisnis ritel farmasi, sebagian besar konsumen kemungkinan hanya membeli produk tertentu yang telah direncanakan sehingga selama produk utama tersedia, mereka tetap merasa puas.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Nggagho et al. (2024) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen di apotek. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh karakteristik responden, kondisi persaingan, serta kemampuan Apotek Sumber Tenaga dalam memenuhi kebutuhan utama konsumen meskipun variasi produk belum sepenuhnya lengkap.

Pengaruh Pengetahuan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 6,070 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki karyawan mengenai produk, manfaat, aturan

penggunaan, maupun kemampuan memberikan informasi kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Pada pelayanan apotek, konsumen tidak hanya membutuhkan produk, tetapi juga informasi yang benar mengenai obat dan produk kesehatan. Karyawan yang mampu menjelaskan manfaat produk, dosis penggunaan, efek samping, maupun alternatif produk akan meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan apotek. Kondisi ini membuat konsumen merasa memperoleh nilai tambah dibandingkan hanya melakukan transaksi pembelian semata.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2008) yang menyatakan bahwa pengetahuan karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian Mulyana dan Ali (2024) juga menyatakan bahwa pengetahuan karyawan mampu memperkuat daya saing perusahaan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, Apotek Sumber Tenaga perlu meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan berkala, pembaruan informasi produk farmasi, serta peningkatan kemampuan komunikasi kepada konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 7,407 dan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga menjadi salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan mereka ketika berbelanja di Apotek Sumber Tenaga.

Meskipun terdapat beberapa produk yang memiliki harga lebih tinggi dibandingkan apotek pesaing, konsumen tetap merasa puas apabila harga tersebut dianggap sebanding dengan manfaat yang diperoleh, seperti keaslian produk, pelayanan yang baik, kenyamanan, serta

kemudahan memperoleh informasi mengenai produk. Dengan demikian, harga tidak hanya dipandang sebagai besarnya biaya yang dikeluarkan konsumen, tetapi juga sebagai representasi dari nilai (*value*) yang diterima.

Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Keller (2008) yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh manfaat suatu produk. Penelitian Basar et al. (2021) juga membuktikan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian.

Pengaruh Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan bahwa kelengkapan produk, pengetahuan karyawan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,843 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 84,3% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 15,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Besarnya nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan Apotek Sumber Tenaga dalam meningkatkan kepuasan konsumen tidak hanya bergantung pada satu faktor, tetapi merupakan kombinasi antara ketersediaan produk, kompetensi karyawan, dan strategi penetapan harga yang sesuai.

Dari ketiga variabel tersebut, pengetahuan karyawan dan harga menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pada industri jasa farmasi, kualitas interaksi antara karyawan dengan konsumen serta persepsi harga yang wajar lebih menentukan dibandingkan hanya kelengkapan produk. Oleh karena itu,

manajemen Apotek Sumber Tenaga perlu memprioritaskan peningkatan kompetensi sumber daya manusia, menjaga kualitas pelayanan, serta menerapkan strategi harga yang kompetitif tanpa mengabaikan pengelolaan persediaan produk.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kelengkapan Produk, Pengetahuan Karyawan, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Apotek Sumber Tenaga; namun secara parsial hanya Pengetahuan Karyawan dan Harga yang berpengaruh signifikan, sedangkan Kelengkapan Produk tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 meskipun tetap memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 84,3% variasi kepuasan konsumen, sementara 15,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, A., Henrizal, H., & Irawan, E. D. (2024). Analisis Layout Proses Produksi Pada CV. Kampar Bakery Di Bangkinang Kota. *Manajemen Ekonomi Akuntansi Bisnis Digital dan Kewirausahaan (MEKANISDA)*, 2(1), 90-95.
- Basar, K., Zulher, Z., & Azhari, A. (2021). Pengaruh harga, produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian cuka karet pada ud. Bulan bintang desa ranah air tiris. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 137–148.
- Diantara, L., & Arief, S. (2024). The Role of Work Discipline as A Moderate in The Relationship Motivation, Competency and Workload on Employee Performance. *eCo-Buss*, 7(1), 768-783.
- Hidayat, R., Jannatunaim, N., Rohmah, S., Cahyani, L. A., & Khoiriyawati, N. (2023). Pengaruh Kepatuhan Auditor Pada Kode Etik Dan Etika

- Profesi Terhadap Kualitas Audit. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(4), 41–50.
- Henrizal, H., Diantara, L., Setiawan, A., Azhari, A., & Tanjung, I. (2025). Dampak Promosi, Kualitas Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Sari Roti Pada Indomaret. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 4(2), 130-137.
- Henrizal, H., Pirmansyah, P., Yulizar, Y., Setiawan, A., & Prayoga, D. (2023). Pengaruh Skill Dan Competency Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pks Pt. Sewangi Sawit Sejahtera Petapahan Kampar. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 11(2), 254-261.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173–182.
- Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Faktor Lokasi, Keunikan Produk, dan Pengetahuan Karyawan Terhadap Kekuatan Strategis Perusahaan Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 2(2), 102–111.
- Nggagho, N., Kurniawan, A. P., & Tonce, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Winola Medika Maumere. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 2(3), 167–178.
- Pirmansyah, P., Dewi, D. K., Zurman, Z., & Helmiati, H. (2026). Peran Kompetensi Auditor Atas Pengaruh Skala Entitas Terhadap Kualitas Audit (Studi Bumn Di Bei) The Role Of Auditor Competence On The Influence On Entity Scale On Audit Quality (Study Of Soes On The Indonesia Stock Exchange). *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 9(1), 40-48.
- Rahmawati, R., Pirmansyah, P., Helmiat, H., Maulina, M., Wahyu, W., & Hendrio, H. (2023). Effect of Competence of Financial Administration Officials, Internal Control System, and Financial Supervision of Financial Reporting Information. *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, 1(3), 404-414.
- Rahmawati, R., Pirmansyah, P., Kasmawati, K., Dewi, D., & Kasmadi, K. (2025). Dampak Tingkat Pendidikan Dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Pelaporan Keuangan Umkm Berdasarkan Sak Etap Dengan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Proaksi Uypedumenu: LPPM Universitas Muhammadiyah Cirebon*, 12(1), 1-17.
- Salis, M., Henrizal, H., & Prastio, M. D. (2024). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Pada All New Tsj Cafe Bangkinang. *Ensiklopedia of Journal*, 6(4), 242-251.
- Syah, P., Uli, D. M., Dewi, D. K., & Munika, R. (2026). Application of Government Accounting Standards and Internal Control System to the Quality of Local Government Financial Statements with Human Resources Quality as a Moderation Variable (case study on Bangkinang Hospital). *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(2).
- Wulan, W., Pirmansyah, P., & Dewi, D. K. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Pegawai Inspektorat Kabupaten Kampar. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 12(1), 20-29