

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Naga Jaya Tanah Abang Jakarta Pusat

Naufal Alifudin Saputra¹, Nurmin Arianto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

E-mail: naufal.gunners2003@gmail.com¹, dosen01118@unpam.ac.id²

Article History:

Received: 16 Agustus 2025

Revised: 20 September 2025

Accepted: 29 September 2025

Keywords: Service Quality, Product Variety, Customer Satisfaction

Abstract: This study aims to determine the influence of service quality and product variety on customer satisfaction at Naga Jaya Pharmacy in Tanah Abang, Central Jakarta. The research employed a quantitative method with a descriptive-associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were customers of Naga Jaya Pharmacy. Data analysis techniques included validity and reliability tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results show that partially, service quality has a significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 4.187 > t-table 1.984 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Product variety also has a significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 3.452 > t-table 1.984 and a significance value of $0.001 < 0.05$. Simultaneously, service quality and product variety significantly affect customer satisfaction, with an F-value of 33.618 > F-table 3.09 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.406, indicating that 40.6% of the variation in customer satisfaction is explained by service quality and product variety, while the remaining 59.4% is explained by other factors not examined in this study.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Kepuasan Konsumen

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Naga Jaya di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Apotek Naga Jaya. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung sebesar $4,187 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Keragaman produk juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan thitung sebesar $3,452 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung sebesar $33,618 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,406 yang berarti bahwa 40,6% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan keragaman produk, sedangkan sisanya 59,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang kesadaran masyarakat akan Kesehatan serta kebersihan semakin meningkat hal ini akibat adanya Pandemi *COVID-19* yang mana akibat dari pandemi tersebut sudah memakan jutaan korban jiwa. Tidak hanya korban jiwa tetapi situasi pandemi juga membuat usaha kecil atau mikro bahkan sampai usaha makro dan global sampai-sampai harus gulung tikar. Akibat pandemic itulah yang membuat masyarakat sudah terbiasa dengan gaya hidup sehat seperti menggunakan masker dan mengkonsumsi vitamin maupun suplemen.

Salah satu usaha yang berkaitan dengan kesehatan yaitu apotek. Apotek adalah sebuah tempat di mana obat-obatan dijual dan kadang juga diracik atau dibuat. Di apotek, anda bisa membeli obat-obatan yang diresepkan dokter, obat bebas, vitamin, alat kesehatan sederhana, dan produk perawatan kesehatan lainnya.

Salah satu Apotek yang terletak di Jakarta Pusat adalah apotek Naga Jaya yang terletak Jl. Kb. Kacang 1 No.6 los 11, Kb. Kacang, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat. Apotek Nagajaya sendiri dimiliki oleh seorang Bernama Lie Haw Jauw atau biasa dipanggil Koh Liauw. Koh Liauw sendiri sudah mendirikan Apotek Nagajaya dari tahun 1998 sampai sekarang.

Apotek adalah salah satu tempat untuk membeli obat dan alat kesehatan sehingga apotek juga harus memberikan rasa puas pada konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan keragaman produk di Apotek. Menurut Masinambow (2021) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya.” Jadi kepuasan konsumen sendiri adalah faktor penting yang perlu diperhatikan para pemilik usaha. Semakin tingginya tingkat kepuasan akan membuat konsumen semakin sering datang untuk membeli suatu produk. Apotek Naga Jaya mempunyai banyak sekali konsumen setiap tahunnya dikarenakan apotek ini sudah lama dikenal oleh banyak orang. Berikut merupakan jumlah data konsumen yang melakukan transaksi di Apotek Naga Jaya Tanah Abang.

Tabel 1. Data Konsumen Apotek Naga Jaya

Tahun	Jumlah Konsumen
2021	6.886
2022	11.268
2023	9.077
Jumlah	27.231

Sumber: Data Konsumen Di Apotek Naga Jaya

Data diatas merupakan data para konsumen yang melakukan transaksi pada Apotek Naga Jaya yang mana berdasarkan data tersebut konsumen ditahun 2021 sebanyak 6.886 dan terjadi peningkatan ditahun 2022 dengan jumlah konsumen mencapai 11.268 serta terdapat penurunan ditahun 2023 yaitu dengan jumlah 9.077 konsumen yang mana turunnya jumlah konsumen bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya karena buruknya kualitas pelayanan dan keragaman produk yang dirasa kurang oleh konsumen. Pertiwi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan membuat konsumen merasa puas saat membeli produk. Apotek Naga Jaya sendiri sudah memiliki banyak konsumen akan tetapi tidak semua konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Apotek Nagajaya. Berikut merupakan data dari keluhan para konsumen Apotek Nagajaya:

Tabel 2. Data Pelayanan Apotek Naga Jaya

No.	Data Pelayanan	S	TS
1.	Respon melalui whatsapp cepat tanggap	10	20
2.	Tempat parkir memadai	15	15
3.	Jam operasional sudah sesuai	14	16
4.	Pelayanan cepat, ramah dan sopan	16	14
5.	Tidak bisa menerima layanan racikan obat	11	19
Jumlah		66	84

Sumber: Kuisisioner terhadap konsumen Apotek Naga Jaya

Tabel diatas menjelaskan mengenai data pelayanan dari Apotek Naga Jaya. Didalam data tersebut memuat 30 reponden yang mengisi berdasarkan link yang sudah diberikan. Terdapat lebih banyak konsumen yang kurang ataupun tidak setuju pada pelayanan dari Apotek Naga Jaya. Salah satunya adalah mengenai pelayanan via whatsapp hal itu dikarenakan respon dan lamanya tanggapan yang diberikan oleh Apotek Naga Jaya terhadap chat yang masuk. Tentu kualitas pelayanan yang baik akan menjadi kepuasan konsumen itu sendiri.

Selain kualitas pelayanan, keragaman produk juga menjadi salah satu alasan konsumen merasa puas. Imawan (2021) menyatakan bahwa keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk. Apotek Naga Jaya sendiri tersedia produk obat-obatan, vitamin, dan suplemen. Semakin beragam produk yang dimiliki tentunya akan membuat konsumen jadi lebih tertarik. Berikut merupakan daftar obat-obatan di Apotek Jaya:

Tabel 3. Daftar Penyakit dan Obat

No.	Jenis penyakit	Obat
1.	Sakit kepala atau Migrain	Flunarizine dari PT Nulab Pharmaceutical
2.	Flu	Paratusin 10 Tab dari PT Darya Varia
3.	Hipertensi	Amlodipine Besilate 10 mg dari PT Pharma Laboratories
4.	Diabetes Mellitus	Velacom Plus 1/250 mg dan 2/500 mg dari PT Novell Pharmaceutical
5.	Pneumonia Antibiotik	Azithromycin dari PT Nulab Pharmaceutical
6.	Dispepsia	New Enzyplex dari PT Murni AIK Sukses
7.	Mata Merah	Cendo Xitrol Eye Drop 5 ml dari PT Cendo Pharmaceutical
8.	Kram Otot	Voltaren Emugel dari PT. Boehringer Ingelheim Indonesia
9.	Sakit Maag	Promag dari PT Kalbe Farma Tbk

10.	Infeksi Jamur Kulit	Ketoconazole dari PT Novell Pharmaceutical
-----	---------------------	--

Sumber: Daftar obat dari Apotek Nagajaya

Berdasarkan tabel diatas merupakan daftar beberapa obat yang tersedia di Apotek Nagajaya dimana obat-obatan tersebut beragam dan disertai dengan perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Salah satu obat yang ada di Apotek Nagajaya adalah obat Paratusin yang mana obat ini untuk mencegah dan menyembukan orang yang sedang mengalami flu. Tetapi di Apotek Naga Jaya sendiri tidak ada obat untuk beberapa jenis penyakit seperti obat pasien *Obesitas* yang mana penyakit tersebut sudah banyak kasusnya. Keragaman produk merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh Apotek Naga Jaya yang mana semakin lengkap dan banyaknya produk yang dimiliki tentu akan membuat konsumen senang dan merasa puas karna mereka tidak perlu untuk mencari ke toko lain untuk keperluan dan kebutuhannya lagi.

Berdasarkan latar belakang yang ditelaah dibuat maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Nagajaya Tanah Abang** “.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut Griffin (2021), manajemen merupakan proses yang mencakup perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya organisasi seperti manusia, keuangan, fisik, dan informasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Nurdiansyah dan Rahman (2019), manajemen adalah beragam kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik dari segi SDM maupun sumber lainnya.

Manajemen Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Warnadi (2019), pemasaran merupakan suatu sistem yang mencakup seluruh aktivitas bisnis yang bertujuan untuk merancang, menetapkan harga, mempromosikan, dan menyalurkan barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang sudah ada maupun calon konsumen.). Menurut Musnaini (2021), Manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai aktivitas yang bertujuan menciptakan pertukaran dengan pasar sasaran, sebagai bagian dari upaya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Pertiwi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Moenir (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Keragaman Produk

Imawan (2021) menyatakan bahwa keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk. (Anam & Khoirul, 2020) mengatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. keragaman produk yang disediakan dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam

produk sesuai dengan keinginan mereka.

Kepuasan Konsumen

Menurut Masinambow (2021) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya.” Menurut Tjiptono (2019), kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli yang menunjukkan apakah persepsi terhadap kinerja produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Tempat penelitian ini dilakukan di Apotek Naga Jaya yang berada di Jl. Kb. Kacang 1 No.6 los 11, Kb. Kacang, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang sejak 2021-2023 yaitu sebanyak 27.231 konsumen yang datang. Jumlah sampel yang diambil penelitian ini adalah 100 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner. Wawancara, menurut Sugiyono (2018), dapat dilakukan dengan tiga jenis, yaitu wawancara semi terstruktur, terstruktur, dan tidak terstruktur. Pada penelitian ini, penulis memilih wawancara tidak terstruktur kepada pemilik Apotek Naga Jaya, yaitu Koh Liauw, untuk mendapatkan gambaran umum permasalahan secara lebih terbuka. Selain itu, pengumpulan data primer juga dilakukan menggunakan kuesioner sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017), yang membagi kuesioner menjadi tiga jenis: terbuka, tertutup, dan campuran. Penulis memilih kuesioner tertutup dengan skala pengukuran Likert untuk memudahkan responden memilih jawaban sesuai pilihan yang telah disediakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan, dengan skor 1 untuk “Sangat Tidak Baik” hingga skor 5 untuk “Sangat Baik”. Penggunaan skala ini memungkinkan hasil pengukuran variabel lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang meliputi kajian teori dari referensi terkait nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2019). Sumber data sekunder ini mencakup jurnal-jurnal penelitian terdahulu, buku-buku kepustakaan, serta data konsumen dari Apotek Naga Jaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016) mengemukakan uji validitas suatu pernyataan akan dikatakan valid apabila nilai korelasi $\geq 0,3$ (lebih dari atau sama dengan nol koma tiga). Sehingga jika nilai korelasi pernyataan tersebut $< 0,2$ (kurang dari nol koma dua) maka dapat dinyatakan tidak valid. Selain itu, uji validitas menggunakan korelasi *product moment*, dimana skor yang didapat dari butir pertanyaan atau pernyataan dikorelasikan dengan skor total yang didapatkan dari penjumlahan skor pertanyaan atau pernyataan tersebut.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Penelitian

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
Kualitas Pelayanan			
P1	0,491	0,196	VALID
P2	0,541	0,196	VALID

P3	0,612	0,196	VALID
P4	0,609	0,196	VALID
P5	0,424	0,196	VALID
P6	0,419	0,196	VALID
P7	0,502	0,196	VALID
P8	0,466	0,196	VALID
P9	0,423	0,196	VALID
P10	0,419	0,196	VALID
Keragaman Produk			
P1	0,471	0,196	VALID
P2	0,581	0,196	VALID
P3	0,530	0,196	VALID
P4	0,376	0,196	VALID
P5	0,463	0,196	VALID
P6	0,510	0,196	VALID
P7	0,493	0,196	VALID
P8	0,430	0,196	VALID
P9	0,367	0,196	VALID
P10	0,502	0,196	VALID
Kepuasan Konsumen			
P1	0,308	0,196	VALID
P2	0,488	0,196	VALID
P3	0,410	0,196	VALID
P4	0,444	0,196	VALID
P5	0,507	0,196	VALID
P6	0,403	0,196	VALID
P7	0,541	0,196	VALID
P8	0,563	0,196	VALID
P9	0,355	0,196	VALID
P10	0,611	0,196	VALID

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai rhitung > rtabel 0,196 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Kepuasan Konsumen adalah valid.

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila hasil pada uji reliabel apabila hasil pada reliabilitas $\geq 0,6$ (lebih dari atau sama dengan nol koma enam). Sehingga instrumen dapat dinyatakan tidak reliabel apabila $< 0,6$ (kurang dari nol koma enam). Sementara Arikunto (2018), mengemukakan kriteria penilaian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Kriteria Penilaian Tingkat Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas Kriteria	Koefisien Reliabilitas Kriteria
> 0,9 Sangat Reliabel	> 0,9 Sangat Reliabel
0,7 – 0,9 Reliabel	0,7 – 0,9 Reliabel
0,4 – 0,7 Cukup Reliabel	0,4 – 0,7 Cukup Reliabel
0,2 – 0,4 Kurang Reliabel	0,2 – 0,4 Kurang Reliabel
< 0,2 Tidak Reliabel	< 0,2 Tidak Reliabel

Sumber: Imam Ghazali(2018)

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas keseluruhan variabel yang menggunakan rumus Cronbach Alpha.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
1	Kualitas pelayanan	0,650	Cukup Reliabel
2	Keragaman produk	0,611	Cukup Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,599	Cukup Reliabel

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan tabel 4.8 tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kepuasan konsumen, memiliki nilai Cronbach Alpha 0,4 – 0,7, dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah cukup reliabel, sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

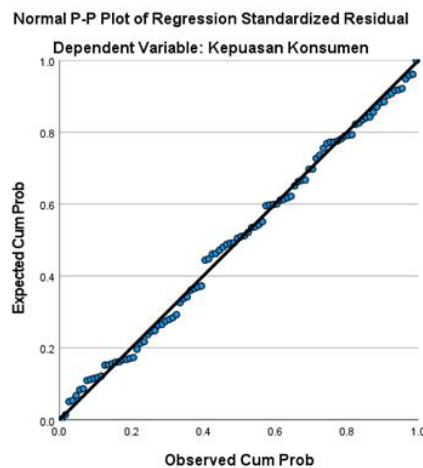
Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat *penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik P-P Plot Of Regression Standarized Residual* atau dengan uji *One Sampel Kalmogorov Smirnov*. Berikut hasil pengujian normalitas data.

Tabel 7. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		
	Std. Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		
	Positive		
	Negative		
Test Statistic			.044
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.917
		Upper Bound	.931
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27

Merujuk pada tabel di atas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,931 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Secara visual, hal ini juga dapat dilihat melalui grafik normal probability plot yang ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Uji Normalitas P-P Plot
Sumber: Data diolah SPSS 27

Berdasarkan gambar Probability Plot, terlihat bahwa data tersebar mengikuti pola garis diagonal dan berada di sekitar garis tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas..

Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2016), “Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih dari 10”. Suatu model persamaan regresi harus bebas dari gejala multikolineritas yang berarti tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel *independen* yang satu dengan variabel *independen* lainnya dalam suatu model persamaan regresi. Hasil pengujian multikolineritas adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.212	2.745		2.263	.026		
	Kualitas Pelayanan	.377	.091	.389	4.159	.000	.562	1.779
	Keragaman Produk	.424	.098	.405	4.336	.000	.562	1.779

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Diketahui dari tabel diatas tidak terjadi Multikolineritas karena nilai Tolerance lebih dari 0,1 yaitu 0,562 dan VIF kurang dari 10 yaitu sebesar 1,779

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel. Menurut Ghazali (2018) berpendapat “uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi

antar kesalahanpengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1”.

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 ^a	.524	.514	4.207	2.329
a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Diolah SPSS 27

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson. Jika nilai DW berada diantara dl dan 4 – dl maka menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi dalam model regresi. Sedangkan penelitian ini memperoleh DW senilai 2,329, Dengan perhitungan (4 – dl) atau $4 - 1,633 = 2,367$. Dari hasil itu menunjukkan bahwa nilai DW 2,329 kurang dari hasil $4 - 1,633$ yaitu 2,367 yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi Linier Sederhana (X1) Terhadap (Y)

Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linier sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 10. Regresi Linier Sederhana (X1) Terhadap (Y)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.003	2.450		5.308	.000
	Kualitas Pelayanan	.637	.074	.657	8.624	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y: 13,003 + 0,637X_1$$

Dimana

X_1 = Kualitas Pelayanan

Y = Keputusan Pembelian

Dengan kata lain, nilai konstanta (a) sebesar 13,003 menunjukkan bahwa ketika variabel harga (X_1) bernilai nol atau tidak mengalami peningkatan, maka nilai keputusan pembelian (Y) tetap berada pada angka 13,003. Sementara itu, koefisien regresi (b) sebesar 0,637 yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah, artinya setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan memberikan peningkatan sebesar 0,637 pada kepuasan konsumen. Jika nilai $X_1 = 0$ akan diperoleh $Y = 13,003$

Uji Regresi Linier Sederhana (X2) Terhadap (Y)

Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linier sederhana Keragaman Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 11. Regresi Linier Sederhana (X2) Terhadap (Y)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.804	2.887		3.050	.003
	Keragaman Produk	.694	.079	.662	8.755	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y: 8,804 + 0,694X_2$$

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 8,804 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Keragaman (X2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 8.804. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,694 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan keragaman produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,694.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 12. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.212	2.745		2.263	.026
	Kualitas Pelayanan	.377	.091	.389	4.159	.000
	Keragaman Produk	.424	.098	.405	4.336	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 27 nilai konstanta sebesar 6,387 untuk variabel X1 nilai B nya adalah 0,408 dan variabel X2 0,444 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 6,212 + 0,377 X_1 + 0,424 X_2$$

- Konstanta sebesar 6,212 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Keragaman Produk, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 6,212.
- Koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,377, artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 37,7% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel promosi (X2) sebesar 0,424, artinya jika promosi mengalami

kenaikan 1%, maka keputusan pembelian konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 42,4% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Analisis Korelasi

Korelasi Pearson melibatkan satu variabel terikat (dependent) dan satu variabel bebas (independent). Uji korelasi pearson digunakan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan dua variabel berskala interval atau rasio, berdistribusi normal, yang akan mengembalikan nilai koefisien korelasi dengan nilai berkisar antara -1, 0, dan 1. Nilai -1 artinya terdapat nilai korelasi yang negatif yang sempurna, 0 artinya tidak ada korelasi dan nilai 1 berarti ada nilai positif yang sempurna. Dibawah ini merupakan tabel interpretasi koefisien korelasi.

Tabel 13. Interpretasi Koefisien Korelasi

0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang (cukup kuat)
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

Hasil pengujian koefisien korelasi variabel harga dan variabel harga terhadap keputusan pembelian sebagai berikut: 8

Uji Korelasi (X1) Terhadap (Y)

Hasil pengujian koefisien korelasi Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 14. Analisis korelasi Pearson X1 dan Y

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.657**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Dari tabel diatas terdapat korelasi atau hubungan antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen karena nilai dari analisis korelasi Pearson adalah 0,657 atau pedoman 0,61-0,79 korelasi kuat artinya korelasi antara x1 dan Y.

Uji Korelasi (X2) Terhadap (Y)

Hasil pengujian koefisien korelasi Keragaman Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 15. Analisis korelasi Pearson X2 dan Y

Correlations			
		Keragaman Produk	Kepuasan Konsumen
Keragaman Produk	Pearson Correlation	1	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Dari tabel diatas terdapat korelasi atau hubungan antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen karena nilai dari analisis korelasi Pearson adalah 0, 662 atau pedoman 0,60-0,79 korelasi kuat artinya korelasi antara x1 dan Y.

Uji Korelasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y)

Hasil pengujian koefisien korelasi Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (Y) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Analisis Korelasi Pearson (X1) dan (X2) Terhadap (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.724 ^a	.524	.514	4.207	.524	53.342	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber; diperoleh melalui SPSS 27

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) sebesar 0,724 masuk pada interval 0,60 - 0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi X1 dan Y

Berikut ini merupakan hasil dari pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 17. Analisis Koefisien Determinasi X1 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.431	.426	4.573

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS 27

Diketahui nilai R Square 0,431 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 43,1% dalam variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen.

Analisis Koefisien Determinasi X2 dan Y

Berikut ini merupakan hasil dari variabel X2 yaitu Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 18. Analisis Koefisien Determinasi X2 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.433	4.543
a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk				

Sumber: Diolah SPSS 27

Diketahui nilai R Square 0,439 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 43,9% dalam variabel X2 yaitu Keragaman Produk dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen.

Koefisien Determinasi X1,X2, dan Y

Hasil uji koefisien determinasi Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 19. Analisis Koefisien Determinasi X1,X2 dan Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.514	4.207
a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Diolah SPSS 27

Diketahui nilai R Square 0,522 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 52,2% dalam variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t, atau yang dikenal juga sebagai uji parsial, bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019), uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X) dalam model regresi memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan sebesar 95%.

Adapun pengambilan keputusan terhadap hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai t hitung > t tabel atau probability signifikansi < 0,05.

Tabel 20. Uji T Parsial (X1) Terhadap (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.003	2.450		5.308	.000
	Kualitas Pelayanan	.637	.074	.657	8.624	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan tabel 20 tersebut dapat diketahui bahwa nilai thitung 8,624 > ttabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 21. Uji T Parsial (X2) Terhadap (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.804	2.887		3.050	.003
	Keragaman Produk	.694	.079	.662	8.755	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan tabel 21 tersebut dapat diketahui bahwa nilai thitung 8,755 > t tabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti Keragaman Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Apotek Naga Jaya.

Uji Simultan F

Uji F atau simultan dimaksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019) bahwa “uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat, sebagai berikut :

H₀₃: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, : Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) serta Keragaman Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Apotek Naga Jaya Tanah Abang, Jakarta Pusat

H_{a3}: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, : Diduga tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan(X1) serta Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Apotek Naga Jaya, Tanah Abang, Jakarta Pusat

Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2019) “uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Hasil uji F simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 22. Uji F Hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1887.798	2	943.899	53.342	.000 ^b
	Residual	1716.442	97	17.695		
	Total	3604.240	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Diolah dengan SPSS 27

Berdasarkan Tabel 22 diperoleh nilai Fhitung 53,342 > Ftabel 3,09 dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05 dengan demikian Ho diterima dan H3 ditolak, artinya secara simultan terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan penulis diperoleh hasil regresi sederhana yaitu **Y: 13,003 + 0,637X1** artinya nilai korelasi 0,657 atau berdasarkan pedoman 0,61-0,79 korelasi kuat artinya korelasi antara x1 dan Y. nilai R Square 0,431 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 43,1% dalam variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen. bahwa nilai thitung 8,624 > ttabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Apotek Naga Jaya Tanah Abang. Hasil ini sejalan dengan penelitian Aris (2022), Aris (2021), Dian (2024), Veronika (2024), Nurmin (2023), Eka (2020), Riri (2023), dan Isfatul (2022)

Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan penulis diperoleh hasil regresi sederhana yaitu **Y: 8,804+ 0,694X2** artinya terdapat korelasi atau hubungan antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen karena nilai dari analisis korelasi Pearson adalah 0,662 atau pedoman 0,60-0,79 korelasi kuat artinya korelasi antara x1 dan Y. Nilai R Square 0,439 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 43,9% dalam variabel X2 yaitu Keragaman Produk dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen. Nilai thitung 8,755 > t tabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti Keragaman Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Apotek Naga Jaya Tanah Abang. Hasil ini sejalan dengan Winda (2023), Arlina (2023), Isfatul (2023)

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan yang penulis lakukan diperoleh hasil regresi berganda **Y = 6,212+0,377 X1+0,424 X2** artinya nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) sebesar 0,724 masuk pada interval 0,60 - 0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai analisis koefisien determinasi diketahui nilai R Square 0,522 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh 52,2%. Dalam penghitungan uji F dalam variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan dan X2 yaitu

Keragaman Produk dalam variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen. diperoleh nilai Fhitung $53,342 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ dengan demikian H_0 diterima dan H_3 ditolak, artinya secara simultan terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Isfatul (2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Naga Jaya Tanah Abang Jakarta Pusat sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Naga Jaya . Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya, diterima.
2. Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Naga Jaya . Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya, diterima.
3. berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya. Hasil penelitian dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ dengan demikian H_0 diterima dan H_3 ditolak, artinya secara simultan terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Apotek Naga Jaya.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Rahayu, B., Putri, T., & Pt, S. (n.d.). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Mudassir, A., Ir Yongker Baali, M., Sri Ernawati, Ms., St Aisyah, M. R., Widia Firta, Ms., Anna Triwijayati, M., Adi Ekopriyono, Ms., Frans Sudirjo, Ms., Hermiyetti, M., Asraf, C., & Budi Akhmad Tarigan, Ms. (n.d.). *METODE RISET MANAJEMEN PEMASARAN: Pendekatan Kuantitatif Penulis*. www.getpress.co.id
- Reken, F., Erdawati, M., Sri Rahayu, Ms., Roky Apriansyah, M., Hendri Herman, M., DrVirna Sulfriti, C., Hermanto, C., Fatmawati, M., Lia Suprihartini, M., Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (n.d.). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. www.gitalentera.com

Jurnal

- Agung, H., Narto, S., & Otoluwa, I. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros*. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Alamanda, D., Ekonomi dan Bisnis, F., Manajemen, P., & Pamulang, U. (n.d.). *JISM Jurnal Ilmiah Swara Manajemen Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago*. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i3>
- Analisis Dampak Self Efficacy Dan ...*, Widya Indah Adiningsih, Universitas Multimedia Nusantara. (n.d.).
- Arianto, N., Kunci, K., Pelayanan, K., & Pembelian, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lottemart. In *KARIR: JurnalIlmiahManajemen*(Vol.2,Issue1).<http://openjournal.sutomo.ac.id/index.php/karir>

-
- Ariyanto, A., & Widiyanto, W. (n.d.-a). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sablon Southern State Di Pondok Pinang*.
- Ariyanto, A., Zumroh, S., & Artikel, I. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Voucher Games PT Telekomunikasi Selular Area Jabodetabek Jabar. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 468–476.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2BAB> II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Keragaman Produk. (n.d.).
- Bernhard, C., Pemasaran, M., Jasa, P., Pemasaran, B., Promosi, B., & Konsumen Kotler, P. (2019). *Menurut Kotler dan Keller dalam (2021:111) Sales Promotion Sitorus dan Utami dalam Astri (2021:198)* (Vol. 2020, Issue 3).
- Bisnis, J. A., Korowa, E., Sumayku, S., Jurusan, S. A., Administrasi, I., & Bisnis, A. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)* (Vol. 6, Issue 3).
- Fitria Sari, R., Marlius, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang* (Vol. 7).
- Hadriyanti Hadriyanti, Burhanuddin Burhanuddin, & Agung Widhi Kurniawan. (2024). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai pada Kantor Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Marioriawa Kabupaten Soppeng. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(4), 278–288.
<https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i4.4387>
- Hayati, D., Budiati, P. L., & Aminullah, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT LG Elektronik Indonesia* (Vol. 13, Issue 1).
- Manajemen, @prodi, Ekonomi, F., Pamulang, U., Strategi, A., Untuk, P., Daya, M., Pada, S., Mutiara, T. E., Di, N., Parung, P., Kabupaten, P., Munarsih, B., Ahidin, U., & Hikayat, A. (n.d.). 0). *Jurnal Semarak*, 5(3).
- Ningsih, P. A. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Keragaman Produk, E-Wom Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada UMKM My Keranjang Store Madiun*.
- Oktaviani, V., & Wahyuni Tunggal Dewi, T. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 4(Agustus), 327–340.
- Pada, P., Toko Sepatu, U. D., Balige, C., Maria, W., Simanjuntak, B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan. In *Manajemen : Jurnal Ekonomi USI* (Vol. 5, Issue 2).
- Purba, S., Rangkuti, I., & Budidaya, S. (n.d.). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah MTSS Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Statbat. In *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan* (Vol. 9).
- Sari, R. (n.d.). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam*.
- Tim Penyusun Penulis, S., Krisnandi, H., Efendi, S., Edi Sugiono, I., & Editor, M. (n.d.). *Pengantar Manajemen*.
-