

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS LAYANAN DAN HARGA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN: STUDI KASUS PADA APOTEK NABILA MEDIKA CILULUK

Silva Ainunnisa ¹, Hilda Purnawati ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Sangga Buana

¹ korespondensi: silvaainunnisa@gmail.com

ABSTRACT

The increasing competition in the pharmaceutical business requires pharmacies to provide high-quality services and competitive prices in order to retain consumers. Nabila Medika Pharmacy in Ciluluk has experienced a decline in transactions, which is assumed to be influenced by suboptimal service quality and less affordable medicine prices. This study aims to examine the conditions of service quality, price, and consumer purchasing decisions, as well as to analyze the effect of service quality and price on purchasing decisions. The research employed a descriptive and verificative method with a quantitative approach, involving 98 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed with multiple linear regression, along with validity tests, reliability tests, classical assumption tests, F-test, and t-test. The results indicate that simultaneously, service quality and price significantly affect consumer purchasing decisions. Partially, each variable also shows a significant influence on purchasing decisions. These findings confirm that service speed and clarity, staff friendliness, and price affordability are the main factors influencing consumer decisions. The study concludes that improving service quality and adjusting prices to be more competitive are essential for Nabila Medika Pharmacy Ciluluk to increase consumer purchasing decisions and compete effectively with other pharmacies.

Keywords: Pharmacy, Price, Purchasing Decision, Service Quality

ABSTRAK

Persaingan bisnis farmasi yang semakin menuntut apotek untuk memberikan pelayanan berkualitas dan harga yang kompetitif agar mampu mempertahankan konsumen. Apotek Nabila Medika Ciluluk mengalami penurunan transaksi yang diduga dipengaruhi oleh kualitas layanan yang belum optimal serta harga obat yang dianggap kurang terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kualitas layanan, harga, dan keputusan pembelian konsumen serta menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif melibatkan 98 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda serta uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial, masing-masing variabel juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan dan kejelasan pelayanan, keramahan petugas, serta keterjangkauan harga menjadi factor utama yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penyesuaian harga yang lebih kompetitif diperlukan agar Apotek Nabila Medika Ciluluk mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan bersaing secara efektif dengan apotek lain.

Kata Kunci: Apotek, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan

PENDAHULUAN

Persaingan di industri farmasi pada era globalisasi semakin ketat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan yang cepat, tepat, dan terjangkau. Apotek tidak hanya berfungsi

sebagai penyedia obat-obatan, tetapi juga sebagai penyedia layanan kesehatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, apotek dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan

sekaligus menawarkan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat (1).

Apotek Nabila Medika Ciluluk menghadapi tantangan berupa fluktuasi dan penurunan jumlah transaksi konsumen pada tahun 2025. Hasil pra-survei menunjukkan konsumen merasa pelayanan kurang memadai, seperti waktu tunggu yang lama, kurangnya kejelasan informasi obat, serta sistem antrean yang tidak efektif. Selain itu, sebagian besar responden menganggap harga obat yang ditawarkan belum terjangkau dan bahkan ada yang dijual di atas harga eceran tertinggi (HET). Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan mendasar yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Secara teoritis, keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas layanan dan harga. Kualitas layanan mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen (2). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun pada beberapa kasus ditemukan hasil berbeda (3,4). Di sisi lain, harga juga merupakan variabel utama yang memengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen cenderung membandingkan keterjangkauan harga dengan kualitas produk yang diperoleh (5).

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti penelitian pada Kedai Kirani Coffee (3), Roti Bakar 97 (6), dan fitur Go-Food (7), telah menguji pengaruh kualitas pelayanan dan

harga terhadap keputusan pembelian. Namun, hasilnya beragam tergantung pada konteks dan lokasi penelitian. Perbedaan inilah yang membuka ruang untuk meneliti lebih lanjut pada konteks Apotek Nabila Medika Ciluluk, terutama karena penelitian terkait masih terbatas di wilayah tersebut.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan apotek untuk memahami faktor-faktor yang benar-benar memengaruhi keputusan konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan (8). Alternatif solusi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan sistem antrean, pelatihan karyawan dalam memberikan informasi obat, serta mempercepat proses transaksi. Selain itu, penetapan harga yang lebih kompetitif sesuai dengan HET dan daya beli masyarakat juga perlu dilakukan sebagai strategi pemasaran (9).

State of the art penelitian ini adalah fokusnya pada dua variabel utama, yaitu kualitas layanan dan harga, dalam konteks apotek skala menengah di wilayah pedesaan. Hal ini membedakannya dari penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoroti sektor makanan dan jasa digital. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan rekomendasi empiris bagi manajemen Apotek Nabila Medika Ciluluk dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, sekaligus memperkaya literatur tentang perilaku konsumen di bidang farmasi pada level local (10).

METODE

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26 untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots\dots\dots(1)$$

Analisis data dilakukan yaitu Analisis Deskriptif memberikan gambaran karakteristik responden serta distribusi tanggapan terhadap variabel penelitian. Dan Analisa Verifikatif Menguji hipotesis menggunakan beberapa uji statistik: Uji Asumsi Klasik: uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov, $sig = 0,200 > 0,10$), uji multikolinearitas (Tolerance = 0,544; VIF = 1,839 < 10), dan uji heteroskedastisitas ($sig > 0,10$), yang menunjukkan model layak digunakan. Koefisien Determinasi (R^2): untuk mengukur kontribusi variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Uji F (simultan): untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan

harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Uji t (parsial): untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang perlu dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Adapun hasil perhitungan dari uji asumsi klasik dapat dijelaskan sebagai berikut:

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov. dengan nilai signifikan 0.200. Karena nilai signifikanasi lebih besar dari 0.10 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau data residual berdistribusi normal. Maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas residual.

Tabel 1: Hasil uji Normalitas

Jumlah Responden	Signifikansi	Keterangan
98	0.200	Normal

Sumber: Hasil olah data, 2025

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Uji

multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$

atau sama dengan $VIF > 10$ apabila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 2: Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,544	1,839	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X_2)	0,544	1,839	Tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan mengidentifikasi apakah terdapat penyimpangan, yakni ketidaksamaan variabel residual dalam pengamatan pada

model regresi yang bersifat homokedastisitas dimana tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsi yang digunakan apabila nilai $sig.>0,05$ dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3: Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (p-value)	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,240	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga (X_2)	0,278	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel *independen* yaitu Kualitas Layanan dan Harga terhadap variabel *dependen* yaitu Keputusan Pembelian. Oleh karena itu berikut hasil estimasi model persamaan regresi linear

berganda yang menunjukkan pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4 dengan persamaan regresi linear berganda yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 4.133 + 0.095 \text{ kualitas layanan} + 0,451 \text{ harga} + e$$

Tabel 4: Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	4.133	2.838	0.006
Kualitas Layanan (X ₁)	0.095	3.049	0.003
Harga (X ₂)	0.451	3.372	0.001

Sumber: Hasil olah data,2025

Uji F (ANOVA). Hasil pengolahan data dari uji Pengujian simultan dilakukan dengan menggunakan uji F atau *Analysis of Variance* F/ANOVA disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5: Uji F (ANOVA)

F	Sig.	Keterangan
31.778	0.000	signifikan

Sumber: Hasil olah data 2025

Analisis Koefisien Determinasi *dependen*. Nilai koefisien determinasi berada antara nol hingga satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen*.

Tabel 6 Koefisien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
Keputusan Pembelian	0,403	0,388

Sumber: Hasil olah data 2025

Koefisien determinasi (R square) yaitu sebesar 0,403 atau 40,3% hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 40,3% sedangkan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Faktor lain yang dimaksud adalah variabel-variabel selain variabel kualitas layanan, harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian melalui Uji F diperoleh signifikansi nilai F hitung 31,778 sedangkan F tabel adalah 3,99. Hasil data ini menunjukkan signifikansi 0,10 (10%) atau $0,000 < 0,10 < F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, atau $31,778 > 3,99$. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Selain itu, hasil perhitungan koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Harga menjelaskan Keputusan pembelian sebesar 40,3% sedangkan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian ini.

Keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, alternative, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian (11). Dengan memahami keputusan pembelian

pelanggan dapat memperoleh wawasan dalam mnegambil keputusan saat melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan sebelumnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 jl. Gajah Mada Yogyakarta) yang menunjukkan kualitas layanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari uji t parsial memiliki nilai signifikansi $0,006 < 0,10$ dengan taraf yang nyata. Selain itu, hasil perbandingan data t hitung dan data t tabel menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3,049 dan t tabel 1,661. Temuan ini menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ $3,049 > 1,66088$, yang mengidentifikasikan bahwa sebagian variabel kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian dengan cara yang baik dan diperhatikan. Secara parsial diketahui bahwa variabel kualitas layanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 18,8%.

Kualitas layanan merupakan hasil interaksi antara penyedia layanan, yang dievaluasi berdasarkan kecepatan, ketepatan, empati, dan kesesuaian layanan dengan harapan

pelanggan (12), Semakin baik kualitas layanan yang diberikan misalnya seperti keramahan, kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk memutuskan membeli obat atau produk kesehatan di apotek tersebut.

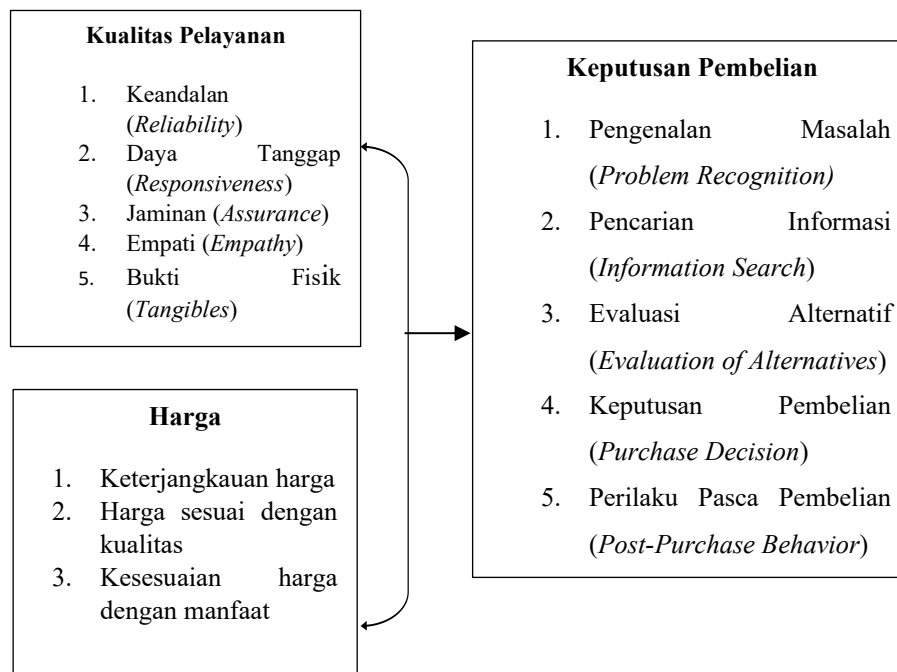
Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (13). Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai positif sehingga dapat dikemukakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Layanan mempengaruhi keputusan pembelian karena layanan yang baik menciptakan kepuasan pelanggan, membentuk persepsi positif yang mendorong loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan menerima layanan yang luar biasa, mereka akan merasakan bahwa mereka mendapatkan nilai lebih dari uang yang mereka keluarkan. Kemudahan dalam proses pengembalian, atau bantuan teknis yang responsif membuat pelanggan merasa investasinya terlindungi. Ini secara tidak langsung meningkatkan nilai produk itu sendiri di mata pelanggan, sehingga mereka tidak ragu untuk membeli kembali di masa depan.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian uji-t parsial pada model regresi menunjukkan nilai signifikansi variabel harga adalah $0,001 < 0,10$ yang sesuai dengan tingkat signifikansi penelitian sebenarnya. Perbandingan t hitung dan t tabel

menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,372 dan t tabel sebesar 1,66088. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian dengan cara yang positif dan substansial, dengan t hitung $>$ t tabel ($3,372 > 1,66088$). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai harga obat di Apotek Nabila Medika cukup terjangkau, sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Jika harga dianggap adil dan sesuai daya beli, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Harga merupakan sejumlah uang yang diberikan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (14) yang menunjukkan bahwa variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Secara parsial variabel harga memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 21,5%.

Semakin terjangkaunya harga semakin juga mempengaruhi keputusan pembelian karena menjadi tolak ukur nilai, kemampuan finansial dan daya Tarik. Semakin terjangkaunya harga semakin juga mempengaruhi keputusan pembelian karena menjadi tolak ukur nilai, kemampuan finansial dan daya Tarik. Produk dengan harga yang tidak terjangkau secara otomatis akan tersingkir dari pilihan pembelian, tidak peduli seberapa bagus kualitasnya. Ini membuat harga menjadi saringan pertama dalam proses pengambilan keputusan



Gambar 1: Paradigma Penelitian

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Apotek Nabila Medika Ciluluk. Kualitas layanan yang mencakup kecepatan, kejelasan informasi, serta keramahan petugas terbukti meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Begitu pula dengan harga yang dinilai sesuai dengan kualitas produk dan terjangkau oleh daya beli konsumen, yang mampu mendorong keputusan pembelian secara positif. Uji simultan memperlihatkan bahwa kedua variabel ini secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 40,3%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang

tidak diteliti. Secara parsial, baik kualitas layanan maupun harga sama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan layanan yang lebih profesional dan penetapan harga yang kompetitif merupakan langkah strategis yang perlu ditempuh agar apotek mampu meningkatkan daya tarik konsumen, menjaga loyalitas, serta bersaing secara efektif dengan apotek lain di wilayah sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fachrurazi, Janfry Sihite, Nugroho A. Konsep dasar manajemen organisasi. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. 2022. 32 p.
2. Armada danu, Oetoro I. Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada apotek BM-

- 41 gresik. *J Fak Ekon Univ Dr Soetomo*. 2017;25(1):98–121.
3. Mukti A. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee. 2021;10(1).
 4. Irzaldi Yazid, Wahyu Hidayat. ¹ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gadjah Mada Yogyakarta). 2020;(40).
 5. Hikmah N. Skripsi nur hikmah 210904500016. 2025.
 6. Cahya AD, Andrian R, Ramadhani RC. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). 2021;5(1):175–83.
 7. Sianipar DM, Budiman NK, Qorihatunnasik A, Maesaroh SS. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pembelian Konsumen Pada Fitur Go-Food Terhadap Keputusan. 2023;6(2):859–66.
 8. Gracia BA, Dipayanti K, Nufzatutsaniah N. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *J Pemasar Kompetitif*. 2024;7(3):275–92.
 9. “harga,” 2022, [Online]. Available: [http://repo.darmajaya.ac.id/15000/6/Bab 2.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/15000/6/Bab%202.pdf)
 10. Fandy Tjiptono. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. 2024.
 11. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Upper Saddle River NPPH. No Title.
 12. AisyahNurhasanah. Kualitas Pelayanan. Defin kualitas pelayanan. 2024;
 13. Twin Matsni Atussa'dyah, Lativa Hartaningtyas. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *PESHUM J Pendidikan, Sos dan Hum*. 2022;1(5):498–511.
 14. Suyanto MA, M MA, Karundeng DR. Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Display Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Anugerah Farma di Kota Gorontalo. *Mabsya J Manaj Bisnis Syariah*. 2021;3(1):75–91.