



## INSTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah 5 dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphat* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Apotek K24 dan juga mengetahui factor mana yang paing dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang pernah ke Apotek K24 minimal 1 kali. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1,653 + 1,068X_1 + 0,765X_2 + 1,046X_3 + 1,111 X_4 + 1,009 X_5.$$

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kehandalengan koefisien regresi sebesar 1,068, lalu Empatidengan koefisien regresi sebesar 1,111 kemudian diikuti jaminandengan koefisien regresi sebesar 1,046 dan bukti fisikdengan koefisien regresi sebesar 1,009 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah daya tanggap dengan koefisien regresi sebesar 0,765. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 96 % yang diperoleh berdasarkan adjusted r sebesar 0,960 sehingga dapat dikatakan 4 % nya dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan, Korelasi, Regresi Linear berganda



## ABSTRACT

*The Purpose of this research is to know whether five dimensions of service quality which are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, influence customer satisfaction in pharmacy k24, also to know which factor that is dominant in influencing customer satisfaction. population in this study are patients who have visited K24 for at least once time. Sample taken on this research is 80 respondents. Based on the results of the research, the regression equation :*

$$Y = -1,653 + 1,068X_1 + 0,765X_2 + 1,046X_3 + 1,111X_4 + 1,009X_5.$$

*Based on data statistical analysis, indicators on this research are valid and the variable is reliable. Most influential variable is variable reliability with regression coefficient 1,068, the empathy with regression coefficient 1,111, the followed by assurance with regression coefficient 1,046, and physical evidence with regression coefficient 1,009. While the variable that has the lowest effect is the responsiveness with regression coefficient of 0,765. Tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy that is very influential on customer satisfaction that is 96% obtained based on adjusted r of 0,960 so it can be said the remaining 4% influenced by other variables*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Correlation, Multiple Linear Regression*