

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROGRAM PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELI OBAT BATUGIN ELXILIR PADA KIMIA FARMA ISKANDAR MUDA MEDAN

Oleh:

Dearma Sariani Sinaga¹⁾
Murnida Manalu²⁾
Rosmeri Panjaitan³⁾
Universitas Darma Agung, Medan^{1,2,3)}

E-mail:

dearmasinaga2@gmail.com¹⁾
murnidamanalu@gmail.com²⁾
rosmeri.panjaitan99@gmail.com³⁾

ABSTRACT

This study aims at finding out the effect of product quality and promotional programs on buyer satisfaction of Batugin Elxilir Medicine at Kimia Farma Iskandar Muda Medan. This study used the dependent variable, namely satisfaction with purchase satisfaction which was used as primary population data in this study as many as 1307 buyers with a sample of 93 respondents with the solvin formula. the examiner uses multiple linear regression analysis method where $Y=8.403 + 0,515X_1 + 0,014X_2$ and t-test calculated $6,609 > t_{table} 0,30$ and sig $0.000 < 0.05$ indicates that product quality and promotional programs affect the satisfaction of buyers of Batugin Elxilir medicine at Kimia Farma Iskandar Muda Medan. This shows that product quality variables and promotional programs have a significant and positive effect on buyer satisfaction for Batugin Elxilir at Kimia Farma Iskandar Muda Medan as a research subject based on determination testing (R^2) It is known that the Adjusted R square value of 0.339 means the relationship between product quality and promotional programs to purchase satisfaction is 33,9%. meaning that it has a not too strong relationship while the remaining 76.6% (100% - 76.4%) is explained by other influences not examined in this study.

Keywords: *product quality and promotional programs on purchase satisfactio.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh kualitas produk dan program promosi terhadap kepuasan pembeli obat batugin elxilir pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan. Penelitian ini menggunakan variabel dependennya yaitu kepuasan pembelian sumber yang digunakan adalah data primer populasi dalam penelitian ini sebanyak 1307 orang pembeli dengan sampel 93 responden dengan rumus Solvin. Penguji menggunakan metode analisis regresi linear berganda dimana $Y=8,403 + 0,515X_1+0,014X_2$ dan Uji t dimana nilai tterhitung $6,609 > t_{tabel} 0,30$ dan sig $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kualitas produk dan program promosi berpengaruh terhadap kepuasan pembelian obat batugin elxilir pada kimia farma Iskandar Muda Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan program promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pembelian obat batugin elxilir pada kimia farma Iskandar Muda Medan sebagai subjek penelitian. Berdasarkan pengujian determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,339 berarti hubungan kualitas produk dan program promosi terhadap kepuasan pembelian sebesar 33,9%. Artinya memiliki hubungan yang tidak terlalu kuat. Sedangkan sisanya 76,6% (100% - 76,4%) dijelaskan oleh pengaruh lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Produk dan Program Promosi Terhadap Kepuasan.*

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memerlukan tenaga pemasaran baik perusahaan yang bergerak barang ataupun jasa. Dengan tersedianya tenaga pemasaran yang handal untuk memasarkan produk atau jasanya dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Dimana kita ketahui tujuan dari perusahaan ialah memperoleh keuntungan secara maksimal. Selain memiliki tenaga pemasaran yang handal pada bidang kualitas produk yang dihasilkan juga berpengaruh terhadap penjualan produk. Jika konsumen merasa produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhannya pembeli akan melakukan pembelian kembali terhadap produk yang kita jual. Selain kualitas produk, promosi juga sangat diperlukan untuk mempromosikan kepada halayak yang luas tentang produk yang perusaha hasilkan. Sehingga masyarakat mengetahui manfaat dari produk yang kita pasarkan. Jika kualitas produk dan promosi yang kita tawarkan kepada konsumen sesuai dengan fakta dilapangan otomatis konsumen merasa puas terhadap produk yang kita tawarka, dan dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen terhadap produk yang kita pasarkan.

Target pada bulan Juni sebanyak 70 buah, pada bulan Agustus sebanyak 110 buah, dan pada bulan September sebanyak 102 buah, penjualan produk.

Maka dari itu fenomena yang dialami pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan dapat dilihat adalah:

- a. Cukup banyaknya orang yang memasarakan dan bergerak untuk memakai obat Batungin Elxilir pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan dan belum mampu sepenuhnya mengendalikan pasar.
- b. Terjadi penurunan penjualan pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan sementara yang mengkomsumsi cukup banyak
- c. Turunnya volume penjualan dalam beberapa tahun terakhir terutama pada merek Obat Batungin Elxilir karena

banyak produk obat baru yang muncul yang juga menggugah orang ingin mencoba, meyebabkan target strategi penjualan belum mampu dicapai oleh perusahaan dan akan mengancam pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Fenomena ini yang menyebabkan perlunya peningkatan kualitas produk mulai dari membuat kemasan produk lebih menarik, meningkatkan keunggulan produk seperti menambah keunikan dari produk yang kita tawarkan, selain meningkatkan kualitas produk, promosi juga perlu dilakukan seperti membuat iklan, memasang spanduk, membagi poster dikeramaian serta memberikan potongan harga/ hadiah kepada konsumen yang telah setia menggunakan produk yang kita jual. selain itu harus meningkatkan strategi pemasaran yang tepat dan efisien sehingga bisa meningkatkan penjualan produk.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Kualitas produk adalah keseluruhan durabilitas, realibitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, dan juga atribut produk lainnya. Pengertian Kualitas Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil, dengan kata lain pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar

2.2 Program Promosi

Program promosi adalah aktivitas promosi yang dilakukan dengan memberikan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau

membeli suatu produk atau jasa. Program promosi penjualan bisa dilakukan untuk menarik calon konsumen agar mau membeli atau merasakan produk saat itu juga. Membuat program promosi penjualan (sales promotion) harus dipertimbangkan dengan matang dan dilakukan oleh para pemasar sejak awal agar segala hal yang telah di rencanakan dapat berjalan lancar dan efektif.

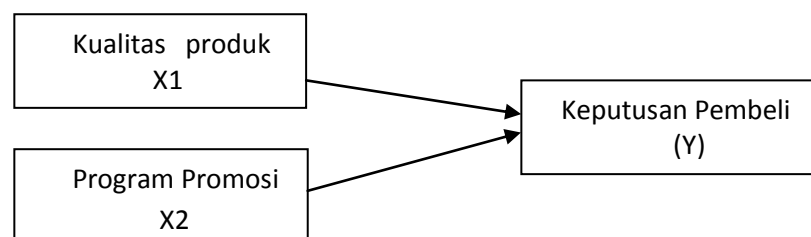
2.3 Kepuasan Pembelian

Menurut Philip Kotler, konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu "sulis" yang berarti

cukup baik atau memadai dan "Jucio" berarti melakukan atau membuat. Menurut Oliver, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman konsumsi. Kepuasan pembeli merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan pembeli merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan pembeli, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pembeli yang setiap saat berubah.

Kerangka Konsep dan Hipotesis

Berdasarkan pustaka diatas yang telah disampaikan diatas, maka disusunlah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber : Diolah oleh penulis (2021)

Gambar1 : Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli

H2 : Program Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli

H3 : Kualitas Produk dan Program Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli

3. METODE PELAKSANAAN

Lokasi penelitian pada Kimia Farma Medan, terletak di Jln. Iskandar Muda No.45, Petisah Hulu, Kec. Medan Baru, Kota Medan Sumatera Utara dan waktu penelitiandilaksanakan pada bulan Agustus sampaiSeptember 2021. Populasi dalam penelitian ini di tujukan kepada pembeli di

Kimia Farma Iskandar Muda Medan dengan jumlah 1307 orang periode 2017-2020. Sementara sampel yang diperoleh didalam peneliti sebanyak 93 responden.Untuk memperoleh data dan keterangan lainnya, penulis menggunakan metode penelitian Kepustakaan (*Library Research*), Metode pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang membahas masalah yang diangkat dalam penelitian yang membantu dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian Lapangan Penelitian yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung di lapangan terhadap obyek penelitian yang dibutuhkan. Metode yang dilakukan dalam

penelitian lapangan ini yaitu :Daftar pertanyaan (*Quisioner*) dan studi dokumentasi Dalam penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki

dua bentuk pernyataan yaitu: pernyataan positif dan pernyataan negatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Istrumen

a. Uji Validitas Kualitas Produk

Tabel 1. Hasil uji Validitas Kualitas Produksi (X1)

| No | Butir Instrumen | Nilai r hitung | Nilai r kristik | Kesimpulan |
|----|-----------------|----------------|-----------------|------------|
| 1 | Pernyataan 1 | 0,271 | 0,30 | Valid |
| 2 | Pernyataan 2 | 0,072 | 0,30 | Valid |
| 3 | Pernyataan 3 | 0,049 | 0,30 | Valid |
| 4 | Pernyataan 4 | 0,020 | 0,30 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan tabel 1. maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Kualitas Produk memiliki status valid,

karena nilai r hitung *corrected item total correlation*> dari nilai r tabel dimana nilai r tabel sebesar 0,30.

Tabel 2. Uji Validitas program promosi

| No | Butir Instrumen | Nilai r hitung | Nilai r kristik | Kesimpulan |
|----|-----------------|----------------|-----------------|------------|
| 1 | Pernyataan 1 | 0,056 | 0,30 | Valid |
| 2 | Pernyataan 2 | 0,093 | 0,30 | Valid |
| 3 | Pernyataan 3 | 0,017 | 0,30 | Valid |
| 4 | Pernyataan 4 | 0,165 | 0,30 | Valid |
| 5 | Pernyataan 5 | 0,206 | 0,30 | Valid |
| 6 | Pernyataan 6 | 0,043 | 0,30 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan tabel 2 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Program Promosi memiliki status valid,

karena nilai r hitung *corrected item total correlation*> dari nilai r tabel dimana nilai r tabel sebesar 0,30.

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Pembeli

| No | Butir Instrumen | Nilai r hitung | Nilai r kristik | Kesimpulan |
|----|-----------------|----------------|-----------------|------------|
| 1 | Pernyataan 1 | 0,065 | 0,30 | Valid |
| 2 | Pernyataan 2 | 0,042 | 0,30 | Valid |
| 3 | Pernyataan 3 | 0,141 | 0,30 | Valid |
| 4 | Pernyataan 4 | 0,138 | 0,30 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan tabel 3 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Kepuasan Pemeblian memiliki status valid,

karena nilai r hitung *corrected item total correlation*> dari nilai r tabel dimana nilai r tabel sebesar 0,30.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .118 | 4 |

Sumber: Data Diolah oleh penulis 2021

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas pada variabel Kualitas Produk menunjukkan hasil dapat di simpulkan bahwa dimana

Cronbachs Alpha menunjukkan hasil sebesar 0,118 > 0,6 yang berarti hasil pengujian reliabilitas dapat dikatakan baik.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Program Promosi Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .275 | 6 |

Sumber: Data Diolah oleh penulis 2021

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas pada variabel Persepsi Harga menunjukkan hasil dapat di simpulkan bahwa dimana

Cronbachs Alpha menunjukkan hasil sebesar 0,275 > 0,6 yang berarti hasil pengujian reliabilitas dapat dikatakan baik.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pembeli Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .062 | 4 |

Sumber: Data Diolah oleh penulis 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel Keputusan Pembelian menunjukkan hasil dapat di simpulkan bahwa dimana *Cronbach Alpha* menunjukkan hasil sebesar 0,062 > 0,6 dapat dikatakan baik

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah penelitian yang digunakan dalam penelitian yang diperoleh berdistribusi normal.

Tabel 7. Uji Normalitas

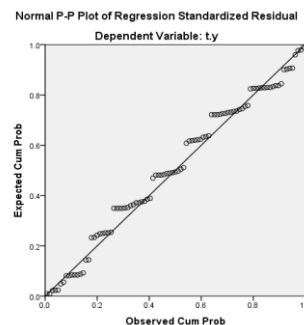
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | T.X1 | T.X2 | T.Y |
|----------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| N | | 93 | 93 | 93 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 17.13 | 27.01 | 17.60 |
| | Std. Deviation | 2.076 | 1.839 | 1.842 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .157 | .146 | .155 |
| | Positive | .083 | .128 | .097 |
| | Negative | -.157 | -.146 | -.155 |
| Test Statistic | | .157 | .146 | .155 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .056 ^c | .056 ^c | .560 ^c |

Sumber : Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan tabel 7 Uji *One Sampel Kolmogorov-Smirnov T test* adalah 0,056 berada diatas nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Untuk melihat bahwa data tersebut normal dapat menggunakan *p-plot* dimana jika titik titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dapat dikatakan normal.



Sumber : Data Diolah Penulis 2021

Gambar 4.1 Grafik Normal *p plot*

Kemudian data dapat dikatakan normal dapat juga dilihat berdasarkan grafik Histogram dimana jika kurva berbentuk lonjong seperti lonceng dan tidak melenceng ke kiri ke kanan maka data tersebut dapat dikatakan normal.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkan koefisien antar variabel bebas dan juga untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model penelitian.

Tabel 8 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|----------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | Constant | 8.127 | 2.453 | | 3.313 | .001 | | |
| | T.X1 | .520 | .077 | .586 | 6.743 | .000 | .957 | 1.045 |
| | T.X2 | .021 | .087 | .021 | .239 | .811 | .957 | 1.045 |

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data Diolah Penulis 2021

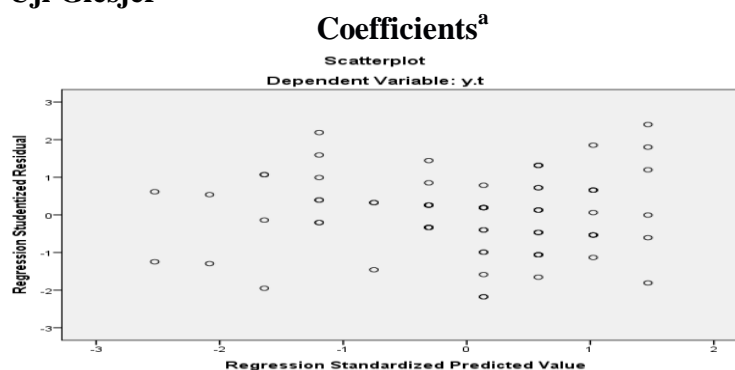
Pada tabel 8 uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa data tersebut menunjukkan nilai VIF < dari 10 dan nilai tolerance dari 0,01 (*tolerance* 0,01). Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data penelitian ini.

independen. Jika terdapat residual memiliki varians nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka ada gejala heteroskedastisitas

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel

.Tabel 9 Hasil Uji Glesjer



Sumber : Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan hasil tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai signifikan > 0,05 maka pada data penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas. Untuk melihat suatu data terdapat gejala heteroskedastisitasnya dapat

dilihat dengan scatterplot dimana data tersebut harus menyebar.

Uji Hipotesis

a. Uji t (pengujian secara parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat sejauh mana variabel independen berpengaruh secara

parsial terhadap variabel dependen yaitu pengaruh Kualitas Merek dan Program Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pembeli.

Tabel 10 Hasil Uji T

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 8.403 | 2.509 | | 3.350 | .001 |
| | kualitas produk | .515 | .078 | .580 | 6.609 | .000 |
| | program promosi | .014 | .088 | .013 | .153 | .879 |

a. Dependent Variable: kepuasan pembelian

Sumber : Data Diolah Penulis 2021

Berdasarkan uji t pada tabel 10. maka dapat diperoleh pengujian hipotesis sebagai berikut :

Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pemebeli Obat Batugin Elxilir pada kimia Farma Iskandar Muda Medan sebagai subyek penelitian. Hal ini terlihat pada nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3.350 > t_{tabel} 0,153$, maka hipotesis di terima, bahwa ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pembeli.

Variabel Program Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 103.956 | 2 | 51.978 | 22.843 | .000 ^b |
| | Residual | 202.511 | 89 | 2.275 | | |
| | Total | 306.467 | 91 | | | |

a. Dependent Variable: kepuasan pembelian

b. Predictors: (Constant), program promosi, kualitas produk

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel 11. Yang menunjukkan nilai F hitung $22,843 > F$ tabel $2,75$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produksi dan Program Promosi yang

kepuasan pembeli Obat Batugin Elxilir pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan sebagai subyek penelitian. Hal ini terlihat pada nilai $t_{hitung} 6.609 > t_{tabel} 0,013$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ maka hipotesis di terima, bahwa ada pengaruh Program Promosi berpegaruh terhadap kepuasan pembeli.

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel bebas Kualitas Produk (X_1) dan Program Promosi (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pembeli (Y) sebagai variabel terikat.

secara serentak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pembeli Obat Batugin Elxilir pada Kimia Farma

Iskandar muda medan sebagai subyek penelitian.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Jika R² semakin besar mendekati satu maka dapat dikatakan bahwa variabel

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .582 ^a | .339 | .324 | 1.508 |

Predictors: (Constant), program promosi, kualitas produk

Sumber : Data diolah penulis 2021

Dari tabel 12 menunjukkan bahwa : *Adjusted R square* sebesar 0,324 atau 32,4% variabel Kepuasan Pembeli dapat di jelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Program Promosi. Sedangkan sisahnya 66,6% dijelaskan oleh varibael lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Program Promosi terhadap Kepuasan Pembeli

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pembeli Berdasarkan uji yang dilakukan secara parsial dimana nilai $t_{hitung} 3.350 > t_{tabel} 0.153$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pembeli. Dengan demikian apabila Kualitas Produk tetap terjaga dan ditingkatkan, maka kepuasan pembeli untuk melakukan pembeli minuman merek Batugin Elxilir akan meningkat. Dengan adanya kualitas yang baik yang di tawarkan kepada konsumen maka daya beli konsumen akan meningkat terhadap Obat Batugin Elxilir. Karena itu perlu perhatian terhadap Kualitas Produk demi meningkatkan kepuasan pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2012) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Oleh karena itu Kualitas Produk menjadi salah satu elemen terpenting dalam mendorong kepuasan pembeli. Dari hasil penelitian ini dapat

Kualitas Produksi dan Program Promosi sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan pembeli sebagai variabel terikat semakin besar.

dilihat bahwa setiap orang yang membeli Obat Batugin Elxilir sangat mengerti bahwa memiliki kualitas yang baik yang sesuai dengan harapan mereka sehingga hal ini menjadi pendorong orang disekeliling yang mengalami sakit ginjal akan melakukan pembelian terhadap Obat Batugin Elxilir. Pengaruh Program Promosi terhadap Kepuasan Pembeli Berdasarkan uji hipotesis secara parsial dimana nilai $t_{hitung} 6.609 > t_{tabel} 0,013$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ yang artinya bahwa ada pengaruh dari Program Promosi secara signifikan terhadap kepuasan pembeli Obat Batugin Elxilir. Dengan demikian dapat dilihat bahwa jika promosi di tingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pembeli. Karena itu jika variabel Program Promosi dinaikkan maka akan mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap Obat Batugin Elxilir. Pengaruh Kualitas Produk dan Program promosi terhadap Kepuasan Pembeli. Berdasarkan uji F (uji simultan) dimana Variabel Kualitas Merek dan Program promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pembeli Obat Batugin Elxilir dimana sebagai subyek penelitannya adalah responden (pembeli) di Kimia Farma Iskandar muda. Hal ini terlihat pada nilai $F_{hitung} 22.843 > F_{tabel} 2,75$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Program Promosi yang secara serentak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pembeli Obat Batugin Elxilir. Debora Pratiwi dan Widia Citami

Putri (2013:121) menyimpulkan bahwa "kepuasan Pembeli adalah semua perilaku sengaja yang dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada."

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel Kualitas Produk dan Program Promosi terhadap Kepuasan Pembeli Obat Batugin Elxilir dimana Sebagai Subyek penelitian adalah pembeli pada Kimia Farma Iskandar Muda Medan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

Berdasarkan uji t, dimana T hitung pada variabel X_1 (Kualitas Produk) T hitung $3,350 > 0,153$ dan variabel X_2 (Program Promosi) T hitung $6,609 > 0,013$ sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk dan Program Promosi sebagai Variabel Independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli Obat Batugin Elxilir pada Kimia Farma Iskandar Muda sebagai subyek penelitian. Berdasarkan hasil uji F, dimana F hitung $22,843 > F$ tabel $2,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Merek dan Program Promosi sebagai variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli Obat Batugin Elxilir pada Kimia Farma Iskandar Muda Sebagai Subyek Penelitian. Berdasarkan pengujian koefisien Determinasi (R) diketahui nilai *Adjusted Square* sebesar $0,339$ atau $33,9\%$ variabel kepuasan pembeli dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Merek dan Program Promosi. Sedangkan sisahnya $65,1\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

Hestanto.(2017).*Kualitas Produk*. Retrived from
hestanto://www.hestanto.web.id

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler dan Amstrong.(2012), *Kualitas Poduk*, Jakarta: Erlangga
- Katrin, Intan Lina.(2016). "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung." Jurnal Gastronomy Tourism Vol 6
- Rahmatullah, Faisal.(2015) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Spacy Pada PD. Mawar Putra Motor Sumedang." Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- Riyono, dan Budiharja, Gigih Erlik.(2016) "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brdan Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati." Jurnal Stie Semarang Vol 8 No. 2
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif* (Pertama ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif* (Pertama ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G. (2012). *Perilaku Konsumen* . USA: New Jersey Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sulistyo, Heru. (1999). Hubungan Antara Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen. Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 4, Tahun II
- Sutiono, Wiris. 2000. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk TV Warna Digitec Di Kotamadya Semarang. Jurnal Ekonomi & Bisnis. Vol 1. No 1

Website:

<https://www.halodoc.com>

<http://respository.iainbengkulu.ac.id>

<http://etheses.uin-malang.ac.id/19917/>

<https://www.portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3954>

<http://respository.unika.ac.id>

<http://respository.umsu.ac.id>