

**Abstract**  
***The Influence of Product Level and Product Position on Customer Value***  
***At the Apotek Peduli24***

**Vievie Arviany**

*The increasing number of new and similar companies in offering a variety of varied products has made the existing companies competing in offering their various advantages. People who are starting to actively educate themselves to live a healthy lifestyle and understand the importance of health are one promising opportunity to build a business in the health sector. In this case what is discussed is the pharmacy care business<sup>24</sup>. This study aims to determine the effect of product level and product position on customer value at a pharmacy, either simultaneously or partially. The research method used in this research is descriptive and verification research methods with a quantitative approach. Sources of data used in this study are primary data obtained from questionnaires and secondary data obtained from pharmacies. The population in this study were the pharmacy care customers<sup>24</sup>. The sampling technique used was accidental sampling in order to obtain a sample of 100 people. Based on the results of the analysis of the coefficient of determination, the influence of product level and product position on customer value is 31% and the remaining 69% is influenced by other factors not included in this study. In this study also obtained the Multiple Linear Regression equation:*

$$Y = 0.732 + 0.525 X_1 + \epsilon$$

*The results of hypothesis testing show that with  $\alpha = 5\%$ , the confidence level ( $dk$ ) is 95% at  $df_1 = 5$  and  $df_2 = 98$ . Then obtained  $F_{count}$  of 21.81 and  $F_{table}$  value is 3.10. This shows that  $F_{count}$  is greater than  $F_{table}$  so that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. While the  $t$  test results are as follows: Product level ( $t_{count} 5.038 < t_{table} 1.984$ ) then  $H_0$  is rejected. Product position ( $t_{count} 0.419 < t_{table} 1.984$ ) then  $H_0$  is accepted. Based on the results of data analysis, it can be concluded that the product level variable has a significant effect on customer value, while the product position does not have a significant effect on customer value at Peduli Pharmacy<sup>24</sup>.*

*Keywords: product level, product position and customer value.*

**Abstrak**  
**Pengaruh Tingkatan Produk dan Posisi Produk Terhadap Nilai Pelanggan  
Pada Apotek Peduli24**

**Vievie Arviany**

Semakin banyaknya perusahaan yang baru dan sejenis dalam menawarkan berbagai macam produk yang bervariasi telah menjadikan perusahaan yang ada saat ini berlomba-lomba dalam menawarkan berbagai kelebihan yang dimilikinya. Masyarakat yang mulai aktif mengedukasi dirinya sendiri untuk menjalankan pola hidup sehat serta memahami pentingnya kesehatan merupakan salah satu peluang menjanjikan membangun bisnis di bidang kesehatan. Dalam hal ini yang dibahas adalah bisnis apotek Peduli24. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkatan produk dan posisi produk terhadap nilai pelanggan pada sebuah apotek baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dan data sekunder yang diperoleh dari apotek. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan apotek Peduli24. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling* sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian analisis koefisien determinasi besarnya pengaruh tingkatan produk dan posisi produk terhadap nilai pelanggan sebesar 31% dan sisanya sebesar 69% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini juga didapatkan persamaan Regresi Linier Berganda:

$$Y = 0.732 + 0.525 X_1 + \epsilon$$

Hasil pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa dengan  $\alpha = 5\%$ , tingkat kepercayaan (dk) sebesar 95% pada  $df_1 = 5$  dan  $df_2=98$ . Maka diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 21,81 dan nilai  $F_{Tabel}$  adalah 3,10. Ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{Tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan uji t didapatkan hasil sebagai berikut yaitu: Tingkatan produk ( $t_{hitung} 5,038 < t_{Tabel} 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak. Posisi produk ( $t_{hitung} 0,419 < t_{Tabel} 1,984$ ) maka  $H_0$  diterima. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel tingkatan produk berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan, sedangkan posisi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan pada apotek Peduli24.

Kata kunci : tingkatan produk, posisi produk dan nilai pelanggan.