

## **Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada apotek BM-41 gresik**

Danu Armada, Indrarini Oetoro

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo  
Indrarini.oetoro@unitomo.ac.id

**ABSTRAK** Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik. metode penelitian yang digunakan adalah jenis metode kuantitatif dan mengambil sampel sebanyak 50 responden. Menggunakan teknik pengumpulan data sampling jenuh. Data yang digunakan dari penelitian ini berdasarkan dari kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dan diuji dengan uji Validitas dan uji Reliabilitas. Kemudian dibantu dengan bantuan SPSS versi 20. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis regional, uji linearitas diperoleh Probabilitas = 0,000 < 0,05, maka kualitas produk dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan linear, dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan linear. Nilai koefisien kualitas produk bernilai positif sebesar 0,272. Nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0.508 atau 50,8% sedangkan sisanya sebanyak 49,2% (100%-50,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), karena berdasarkan uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) lebih kecil dari nilai signifikansi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,000.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT** This study aims to see and know whether the quality of products and service quality influence on consumer purchasing decisions on Pharmacy BM-41 Gresik. Research method used is kind of quantitative method and take sample counted 50 respondents. Using saturation sampling data collection techniques. The data used in this study is based on the questionnaire. Data analysis method used is Multiple Linear Regression and tested with Validity test and Reliability test. Then assisted with the help of SPSS version 20. Based on the analysis of statistical data, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. In the classical assumption test, the regression model is normally distributed. Normality test results show that the data spread around the diagonal line and follow the direction of regional line, linearity test obtained Probability = 0,000 < 0.05, then the quality of the product with the purchase decision has a linear relationship, and the quality of service with the purchase decision has a linear relationship. The value of product quality coefficient is positive 0,272. The value of multiple determination coefficient of 0.508 or 50.8% while the remaining 49.2% (100% -50.8%) is influenced by other variables outside the study. Quality of service ( $X_2$ ) has a dominant effect on purchasing decision ( $Y$ ), because based on t test it is known that the value of service quality variable significance ( $X_2$ ) is smaller than the value of product quality ( $X_1$ ).

**Keywords:** Product Quality; Service Quality; Buying Decision.

## PENGANTAR

Penjualan produk obat-obatan sekarang ini sedang mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena semakin banyaknya macam-macam penyakit. Peningkatan penjualan produk obat-obatan ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen dalam permintaan obat-obatan. Disatu sisi, fenomena tersebut dijadikan sebagai suatu peluang yang besar dan bisnis apotek menjadi salah satu prospek yang menjanjikan. Dalam menjalankan bisnis apotek, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan inovasi-inovasi dalam bisnisnya. Salah satu inovasi yang harus dilakukan ialah kemampuan dalam menentukan kualitas produk secara keseluruhan serta kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan akan menjadi daya tarik bagi konsumen terhadap perusahaan sehingga konsumen menjadi lebih nyaman dan setia berbelanja di Apotek. Pelanggan pada umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dia konsumsi dapat di terima atau dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Dengan perkataan lain para konsumen menginginkan mutu pelayanan yang diberikan adalah baik dan memuaskan.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan konsumen (Sundalangi et al., 2014). Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Perusahaan memilih tingkat kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat kualitas produk. Kualitas produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan dan kebutuhan.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2000). Pelayanan yang baik akan sangat membantu dalam mempertahankan konsumen, karena biaya yang diperlukan untuk mempertahankan kemauan konsumen akan sedikit jika dibandingkan biaya untuk merebut kembali konsumen yang telah hilang atau untuk menarik baru yang biasanya lebih besar (Tuela & Susilo, 2017).

Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dengan sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga mengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah membeli (Irawan, 2005). Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif pilihan.

Proses konsumen untuk mengambil keputusan pembelian harus dipahami oleh pemasar perusahaan dengan tujuan untuk membuat strategi yang tepat (Putra & Prasetyo, 2017; Rifa'al, 2017). Proses pembuatan keputusan konsumen dalam membeli produk-produk tidak dapat dianggap sama (Indrasari, 2017). Assael (2010:67) mengembangkan tipologi dari proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yaitu tingkat pengambilan keputusan dan tingkat keterlibatan dalam pembelian (Assael, 1995). Secara umum keputusan pembelian seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menemukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut (Schiffman et al., 2012).

Apotek merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan dalam membantu mewujudkan tercapainya derajat kesejahteraan yang optimal bagi masyarakat, selain itu juga sebagai salah satu tempat pengabdian dan praktek profesi apoteker dalam melakukan pekerjaan kefarmasian (Hartini, 2012). Apotek harus memiliki apoteker sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan Republik Indonesia yang memiliki

tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan pelayanan terhadap konsumen dan berkewajiban dalam menjalankan standar profesinya.

Untuk menjalin mutu pelayanan kefarmasian kepada masyarakat, suatu standar pelayanan kefarmasian di apotek yang bertujuan sebagai pedoman praktik apoteker dalam menjalankan profesi, untuk melindungi masyarakat dari pelayanan yang tidak profesional dan untuk melindungi profesi dalam menjalankan praktik kefarmasian. Apoteker harus memberikan konseling mengenai sediaan farmasi. Bisnis apotek adalah bisnis pelayanan, yang mana aturan harus dipatuhi. Meskipun cara pengelolaan manajemennya berbeda, tetapi kaidah pelayanan tidak boleh ditinggalkan, dengan kata lain seseorang tidak boleh mengelola apotek hanya sekedar berdagang obat yang mana hanya mengejar omset yang ujung-ujungnya bisa merugikan masyarakat.

Apotek BM-41 adalah usaha dagang yang bergerak dalam bidang kesehatan yaitu dengan menjual obat-obatan. Apotek BM-41 merupakan Apotek terbesar didaerah Kota Batu Driyorejo Gresik. Dari sekian banyak apotek yang menjual obat-obatan bahkan sekarang sudah banyak juga terdapat mini-mini market bahkan didalam mall pun sudah terdapat apotek sehingga dapat menimbulkan persaingan yang cukup ketat dalam penjualan obat-obatan. Dalam menyikapi hal tersebut, Apotek BM-41 harus secara ekstra dalam menarik konsumen dengan melihat dan berkaca pada kegiatan usaha yang telah didirikan selama ini.

Dalam perjalanannya Apotek BM-41 Gresik yang bergerak pada retail obat-obatan mengalami kendala yang berkaitan dengan produk dan layanan. Diketahui bahwa ternyata tingkat kritik dan saran yang diterima oleh pihak Apotek masih relatif tinggi. Tingginya tingkat kritik dan saran ini menjadikan Apotek BM-41 Gresik harus mewaspadai adanya unsur ketidakpuasan yang diterima oleh konsumen terhadap kinerja dari manajemen Apotek BM-41 Gresik. Berdasarkan rumusan masalah yang hendak diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik?
3. Dari kedua variabel diatas, manakah variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik?

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010).

### **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan proses analisis dan pengumpulan data penelitian. Rancangan penelitian adalah catatan yang menjelaskan semua prosedur dari penelitian mulai dari judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hingga analisis data yang kemudian sampai pada penyusunan hasil penelitian. Pembuatan rancangan penelitian sendiri bertujuan agar penelitian bisa dijalankan dengan lancar.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Lokasi yang dipilih sebagai objek penelitian ini adalah di Apotek BM-41 dengan alamat Jl. Batu Mulia 12 D, Kota Baru Driyorejo, Kabupaten Gresik.

### **Devinisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikasi Variabel**

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat pada judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel tak bebas.

### **Kualitas Produk ( $X_1$ )**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan produk secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2009), kualitas produk mempunyai indikator, yaitu:

1. Kinerja (*performance*) yang artinya merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut yang dapat diukur dari aspek-aspek kinerja individu.
2. Keberagaman produk (*features*) yang artinya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu.
3. Kemampuan pelayanan (*serviceability*) yang artinya kemampuan pelayanan suatu produk yang menghasilkan sesuatu akan kesimpulan suatu kualitas produk.
4. Kesesuaian (*conformance*) yang artinya dapat dikuru dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan.

### **Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )**

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen (Tjiptono, 2011), indikatornya adalah:

1. Fasilitas yang baik.
2. Pelayanan yang cepat.
3. Respon karyawan.
4. Wawasan karyawan terhadap produk.
5. Kemudahan komunikasi.

### **Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Keputusan pembelian adalah membeli yang paling disukai dari beberapa alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2009), indikatornya adalah:

1. Menganalisa keinginan dan kebutuhan.
2. Menilai bebrapa sumber yang ada.
3. Mengidentifikasi alternatif pembelian.
4. Mengambil keputusan untuk membeli.
5. Perilaku sesudah membeli.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditunjuk oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditambah kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di Apotek BM-41 Gresik

#### **Sampel**

Sampel merupakan bagian elemen-elemen populasi yang digunakan dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan teori diatas, maka penentuan sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden, yang dianggap telah mewakili seluruh populasi yang ada.

### **Jenis dan Sumber Data**

#### **Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara atau kuesioner (Ferdinand, 2011). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Apotek BM-41 Gresik.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai carabentuk suatu pernyataan (*statement*) tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dan dapat mempengaruhi kualitas data hasil penelitian (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, data yang digunakan diperoleh dari:

### **Kuesioner**

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pernyataan tertulis kepada 50 konsumen untuk menjawabnya secara langsung. Angket ini memuat pernyataan-pernyataan dari masing-masing indikator (Sugiyono, 2010). Hasil angket dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik.

### **Teknik Analisis**

#### **Uji Instrument**

Untuk memperoleh data yang akurat, maka instrument penelitian perlu diuji terlebih dahulu validitas dan realibilitas sebelum dilakukan penelitian. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrument sedangkan reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

#### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian terhadap instrument penelitian, apakah dapat mengukur apa yang hendak diukur, dengan mengkorelasikan setiap skor indicator dengan total skor item dalam setiap variabel secara statistik, hasil dari korelasi tersebut dinamakan "r" (Sugiyono, 2010). Uji validitas digunakan untuk melihat apakah item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat menggambarkan variabel yang diukur dengan tepat menggunakan program SPSS 20.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sampai sejauh mana keandalan item-item pertanyaan kuesioner dalam mengukur konsistensi internal data yang dikumpulkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien alpha (*cronbach alpha*) yang diuji dengan SPSS for windows 18 dengan ketentuan sebagai berikut:

Nilai alpha Cronbach > 0,70 berarti reliabel

Nilai alpha cronboach < 0,70 berarti tidak reliabel

#### **Uji Asumsi Klasik**

Uji penyimpangan ekonometri atau penyimpangan klasik dimaksudkan untuk mengatasi permasalahan yang muncul pada model regresi berganda yaitu adanya pengaruh multikolinieritas, hesteroskedastisitas, autokorelasi, normalitas dan linieritas. Pada penelitian ini juga akan dilakukan beberapa uji asumsi klasik terhadap model regresi yang nantinya diolah dengan menggunakan SPSS 20 yang meliputi:

#### **Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas merupakan uji yang ditunjukkan ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model

uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolonieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat cirri-cirinya sebagai berikut:

- a. Nilai R yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.
- d. Nilai Eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolonieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya sebagai berikut:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Terjadi pola distribusi normal akan ditunjukkan dengan model grafik histogram yang berbentuk lonceng atau gunung. Selain itu asumsi normalitas dapat diketahui melalui penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika ada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika ada menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Linieritas

Uji Linieritas ini dimaksudkan untuk mengetahui kelayakan variable bebas untuk memprediksi variable terikat. Teknik yang digunakan untuk menguji dengan menganalisis koefisien korelasi masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Yaitu apabila  $r_{xy} > \alpha = 0,5$ , maka variabel bebas tersebut layak sebagai salah satu prediktor variabel terikat (Y) dan demikian sebaliknya. Setelah melewati pengujian linieritas, terdapat beberapa variabel bebas dengan signifikansi  $\leq 0,05$ , sehingga uji linieritas tidak dapat dijadikan syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel  $X_1, X_2$  terhadap Y dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2010):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

- a = Bilangan konstanta
- $X_1$  = Kualitas produk
- $X_2$  = Kualitas pelayanan
- b = Koefisien regresi
- e = Error

### Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Menguji hipotesis yang diajukan menggunakan alat uji statistik yaitu:

#### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka probabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik diterima.
- b. Signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek BM-41 Gresik ditolak.

#### Uji F

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi dimana jika ada sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Kriteria:

- a. Jika signifikansi  $F < 0,05$  maka hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik diterima.
- b. Jika signifikansi  $F > 0,05$  maka hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek BM-41 Gresik ditolak.

## DISKUSI

### Analisis Data

#### Deskriptif Responden

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 50 konsumen Apotek BM-41 Gresik. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, maka dapat diidentifikasi mengenai identitas responden sebagai berikut:

#### Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

### Jenis Kelamin

					Cumulative
Valid	Laki-Laki	21	42,0	42,0	42,0
	Perempuan	29	58,0	58,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah perempuan berjumlah 29 responden atau 58%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 21 responden atau 42%.

### Responden berdasarkan pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka identitas responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Responden Berdasarkan Pendidikan

					Cumulative
Valid	SD-SMA	13	26,0	26,0	26,0
	Sarjana	34	68,0	68,0	94,0
	Pascasarjana	3	6,0	6,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berpendidikan Sarjana berjumlah 34 responden atau 68%, berpendidikan SD sampai SMA berjumlah 13 responden atau 26%, dan berpendidikan Pascasarjana berjumlah 3 responden atau 6%.

### Deskriptif Variabel Penelitian

#### Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

Pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas produk ( $X_1$ ) ada 4 pernyataan yaitu sebagai berikut:

#### Indikator kinerja (*performance*)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator kinerja (*performance*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Indikator Kinerja (*Performance*)

x1.1

					Cumulative
Valid	N	3	6,0	6,0	6,0
	S	31	62,0	62,0	68,0
	SS	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Kinerja produk obat yang dijual di Apotek BM-41 Gresik dapat diandalkan” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 31 orang atau 62% menjawab setuju, 16 orang atau 32% menjawab sangat setuju, dan 3 orang atau 6% menjawab netral.

**Indikator keberagaman produk (*features*)**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator keberagaman produk (*features*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Indikator Keberagaman Produk (*Features*)

x1.2

					Cumulative
Valid	N	14	28,0	28,0	28,0
	S	30	60,0	60,0	88,0
	SS	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Produk obat-obatan yang dijual di Apotek BM-41 Gresik cukup beragam” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 30 orang atau 60% menjawab setuju, 14 orang atau 28% menjawab netral, dan 6 orang atau 12% menjawab sangat setuju.

**Indikator kemampuan pelayanan (*serviceability*)**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator kemampuan pelayanan (*serviceability*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Indikator Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

x1.3

					Cumulative
Valid	S	33	66,0	66,0	66,0
	SS	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Apabila terdapat obat yang dibeli di Apotek BM-41 Gresik yang kadaluarsa atau rusak dapat diganti atau dikembalikan” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 33 orang atau 66% menjawab setuju dan 17 orang atau 34% menjawab sangat setuju.

#### Indikator kesesuaian (*conformance*)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator kesesuaian (*conformance*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Indikator Kesesuaian (*Conformance*)

x1.4

					Cumulative
Valid	N	7	14,0	14,0	14,0
	S	34	68,0	68,0	82,0
	SS	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Terdapat kesesuaian produk obat-obatan yang dijual di Apotek BM-41 Gresik dengan khasiat yang tertulis di kemasan” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 34 orang atau 68% menjawab setuju, 9 orang atau 18% menjawab sangat setuju, dan 7 orang atau 14% menjawab sangat setuju.

#### Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan ( $X_2$ ) ada 5 pernyataan yaitu sebagai berikut:

#### Indikator fasilitas yang baik

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator fasilitas yang baik dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Indikator Fasilitas Yang Baik

x2.1

					Cumulative
Valid	S	38	76,0	76,0	76,0
	SS	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan "Fasilitas di Apotek BM-41 Gresik untuk melayani konsumen cukup baik" dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 38 orang atau 76% menjawab setuju dan 12 orang atau 24% menjawab sangat setuju.

#### Indikator pelayanan yang cepat

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator pelayanan yang cepat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Indikator Pelayanan Yang Cepat

x2.2

					Cumulative
Valid	N	2	4,0	4,0	4,0
	S	47	94,0	94,0	98,0
	SS	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan "Pelayanan di Apotek BM-41 Gresik cukup cepat" dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 47 orang atau 94% menjawab setuju, 2 orang atau 4% menjawab netral, dan 1 orang atau 2% menjawab sangat setuju.

#### Indikator respon karyawan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator respon karyawan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Indikator Respon Karyawan

x2.3

					Cumulative
Valid	N	4	8,0	8,0	8,0
	S	46	92,0	92,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan "Karyawan di Apotek BM-41 Gresik cukup tanggap" dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 46 orang atau 92% menjawab setuju dan 4 orang atau 8% menjawab netral.

#### Indikator wawasan karyawan terhadap produk

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator wawasan karyawan terhadap produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Indikator Wawasan Karyawan Terhadap Produk

x2.4

				Cumulative
Valid	N	11	22,0	22,0
	S	38	76,0	98,0
	SS	1	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Karyawan di Apotek BM-41 Gresik mempunyai wawasan yang cukup baik terhadap produk” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 38 orang atau 76% menjawab setuju, 11 orang atau 22% menjawab netral, dan 1 orang atau 2% menjawab sangat setuju.

#### Indikator kemudahan komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator kemudahan komunikasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Indikator Kemudahan Komunikasi

x2.5

				Cumulative
Valid	S	22	44,0	44,0
	SS	28	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Kemudahan komunikasi antara konsumen dengan Apotek BM-41 Gresik” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 28 orang atau 56% menjawab sangat setuju dan 22 orang atau 44% menjawab setuju.

#### Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian (Y) ada 5 pernyataan yaitu sebagai berikut:

#### Indikator menganalisa keinginan dan kebutuhan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator menganalisa keinginan dan kebutuhan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Indikator Menganalisa Keinginan Dan Kebutuhan

y.1

					Cumulative
Valid	N	3	6,0	6,0	6,0
	S	46	92,0	92,0	98,0
	SS	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Anda membeli obat di Apotek BM-41 Gresik setelah menganalisa keinginan dan kebutuhan Anda” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 46 orang atau 92% menjawab setuju, 3 orang atau 6% menjawab netral, dan 1 orang atau 2% menjawab sangat setuju.

#### Indikator menilai beberapa sumber yang ada

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator menilai beberapa sumber yang ada dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Indikator Menilai Beberapa Sumber Yang Ada

y.2

					Cumulative
Valid	N	9	18,0	18,0	18,0
	S	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Anda membeli obat di Apotek BM-41 Gresik setelah menilai beberapa obat yang ada” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 41 orang atau 82% menjawab setuju dan 9 orang atau 18% menjawab netral.

#### Indikator mengidentifikasi alternatif pembelian

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator mengidentifikasi alternatif pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Indikator Mengidentifikasi Alternatif Pembelian

y.3

					Cumulative
Valid	N	1	2,0	2,0	2,0
	S	46	92,0	92,0	94,0
	SS	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Anda membeli obat di Apotek BM-41 Gresik setelah membandingkan dengan apotek yang lain” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 46 orang atau 92% menjawab setuju, 3 orang atau 6% menjawab sangat setuju, dan 1 orang atau 2% menjawab netral.

**Indikator mengambil keputusan untuk membeli**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator mengambil keputusan untuk membeli dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Indikator Mengambil Keputusan Untuk Membeli

y.4

					Cumulative
Valid	S	28	56,0	56,0	56,0
	SS	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Anda membeli obat di Apotek BM-41 Gresik setelah setelah ada dorongan kuat untuk membeli” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 28 orang atau 52% menjawab setuju dan 22 orang atau 44% menjawab sangat setuju.

**Indikator perilaku sesudah membeli**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden, maka jawaban responden terhadap indikator perilaku sesudah membeli dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16. Indikator Perilaku Sesudah Membeli

y.5

					Cumulative
Valid	S	28	56,0	56,0	56,0
	SS	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jawaban responden pada pernyataan “Anda suatu saat akan membeli obat lagi di Apotek BM-41 Gresik jika sakit” dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 28 orang atau 52% menjawab setuju dan 22 orang atau 44% menjawab sangat setuju.

## Uji Instrumen

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat menggambarkan variabel yang diukur dengan tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung korelasi antar item dengan skor total (*corrected item - total correlation*). Kriteria pengujian validitas adalah apabila korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor suatu variabel sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) (Sugiyono, 2010).

Hasil uji validitas variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan menggunakan program SPSS 20 adalah:

Tabel 17. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0,5395	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,6045	Valid
X <sub>1.3</sub>	0,4501	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,4673	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas produk lebih besar dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas produk ( $X_1$ ) telah valid.

Tabel 18. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0,3746	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,3705	Valid
X <sub>1.3</sub>	0,4555	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,6811	Valid
X <sub>1.5</sub>	0,5578	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) telah valid.

Tabel 19. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ )

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Y <sub>1</sub>	0,4403	Valid
Y <sub>2</sub>	0,5605	Valid
Y <sub>3</sub>	0,3890	Valid
Y <sub>4</sub>	0,5167	Valid
Y <sub>5</sub>	0,5167	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel keputusan pembelian lebih besar dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian (Y) telah valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk (SUSILO, 2012). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria reliabilitas variabel adalah:

- Jika nilai *alpha cronbach* > 0,7 berarti reliabel
- Jika nilai *alpha cronbach* < 0,7 berarti tidak reliabel

Hasil uji reliabilitas pada pernyataan masing-masing variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 20. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Apha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	0,7238	Reliabel
Kualitas pelayanan (X <sub>2</sub> )	0,7119	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,7114	Reliabel

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa *alpha cronbach* masing-masing variabel lebih dari 0,7 yang berarti bahwa semua jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), dan keputusan pembelian (Y) dapat diandalkan atau reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Menurut Ghazali (2013:106), nilai *cut off* yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah:

- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka terdapat korelasi yang terlalu besar di antara salah satu variabel bebas dengan variabel-variabel bebas yang lain (terjadi multikolinearitas).
- Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 21. Nilai Tolerance Dan VIF

Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized		Standardized				
1	(Constant)	1,125	,449		2,503	,016		
	X1	,272	,073	,410	3,728	,001	,866	1,155
	X2	,462	,112	,452	4,112	,000	,866	1,155

a.

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas diketahui bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, maka penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

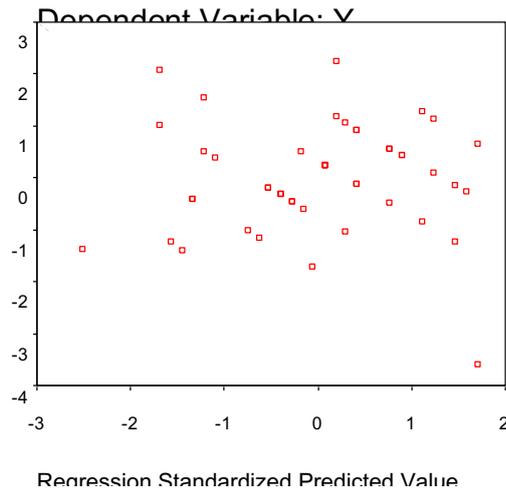
### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* dengan dasar analisis sebagai berikut (Ghozali, 2008):

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

### Scatterplot



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar tersebut diketahui bahwa titik-titik data tersebar di daerah antara 0 – Y dan tidak membentuk pola tertentu, maka penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

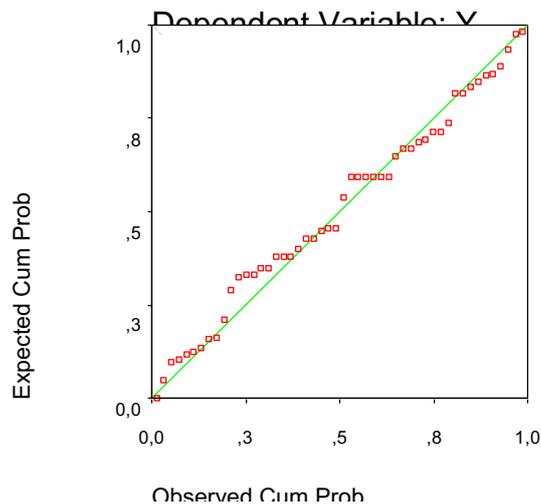
### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan menurut (Ghozali, 2008) adalah:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

### Normal P-P Plot of Regression $\epsilon$



## Gambar 2. Uji Normalitas

Dari grafik *normal probability plot* di atas dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear (Ghozali, 2008). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.
- Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.

Tabel 22. Uji Linearitas Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Y * X1	Between	(Combined)	1,606	7	,229	4,603	,001
	Groups	Linearity	1,226	1	1,226	24,591	,000
		Deviation from Linearity	,380	6	,063	1,271	,291
	Within Groups		2,094	42	,050		
	Total		3,700	49			

Sumber: Peneliti

Berdasarkan Output di atas diperoleh Probabilitas = 0,000  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa antara kualitas produk ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian (Y) mempunyai hubungan yang linear.

Tabel 23. Uji Linearitas Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Y * X2	Between	(Combined)	1,826	6	,304	6,981	,000
	Groups	Linearity	1,342	1	1,342	30,800	,000
		Deviation from Linearity	,483	5	,097	2,218	,070
	Within Groups		1,874	43	,044		
	Total		3,700	49			

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Output di atas diperoleh Probabilitas = 0,000  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian (Y) mempunyai hubungan yang linear.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Persamaan regresi linier berganda yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 adalah:

Tabel 24. Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized		Standardized					
		B	Std. Error	Beta	Std. Error				
1	(Constant)	1,125	,449			2,503	,016		
	X1	,272	,073	,410		3,728	,001	,866	1,155
	X2	,462	,112	,452		4,112	,000	,866	1,155

a.

Sumber: Peneliti

Persamaan regresi linier berganda yang didapat dari tabel di atas adalah:

$$Y = 1,125 + 0,272 X_1 + 0,462 X_2$$

Dari persamaan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,125. Hal ini berarti bahwa jika koefisien kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai nol, maka nilai keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 1,125 satuan.
2. Nilai koefisien kualitas produk ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,272. Artinya kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Jika kualitas produk ( $X_1$ ) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,272 satuan dan sebaliknya jika kualitas produk ( $X_1$ ) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) juga akan turun sebesar 0,272 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) besarnya tetap.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,462. Artinya kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Jika kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,462 satuan dan sebaliknya jika kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) juga akan turun sebesar 0,462 satuan dengan asumsi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) besarnya tetap.

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang didapat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 adalah:

Tabel 25. Koefisien Determinasi Berganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

			Adjusted R	Std. Error of	
1	,713 <sup>a</sup>	,508	,487	,19676	2,210

- a.
- b.

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda (*R Square*) adalah sebesar 0,508 atau 50,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 50,8% sedangkan sisanya sebanyak 49,2% ( $100\% - 50,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Kriteria uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka secara simultan kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka secara simultan kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ )

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 26. Uji Pengaruh Simultan

**ANOVA<sup>b</sup>**

1	Regression	1,880	2	,940	24,287	,000 <sup>a</sup>
	Residual	1,820	47	,039		
	Total	3,700	49			

- a.
- b.

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Uji t**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Kriteria uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka secara parsial kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka secara parsial kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 27. Uji Pengaruh Parsial

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized		Standardized				
1	(Constant)	1,125	,449		2,503	,016		
	X1	,272	,073	,410	3,728	,001	,866	1,155
	X2	,462	,112	,452	4,112	,000	,866	1,155

a.

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa:

- Nilai signifikansi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001. Artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), karena berdasarkan uji t diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan yaitu: Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kemungkinan konsumen membeli produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan kinerja obat, beragamnya jenis obat-obatan yang dijual, penggantian dan pengembalian obat yang kadaluarsa atau rusak, dan juga kesesuaian obat dengan khasiat yang tertulis di kemasan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli obat di Apotek BM-41 Gresik.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), karena berdasarkan uji t diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan yaitu: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi tingkat kemungkinan konsumen membeli produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas untuk melayani konsumen, kecepatan pelayanan, ketanggapan karyawan, wawasan yang dimiliki karyawan, serta kemudahan komunikasi dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli obat di Apotek BM-41 Gresik.

## Pengaruh Dominan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y), karena berdasarkan uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) lebih kecil dari nilai signifikansi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,000. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan yaitu: Diduga kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi mempengaruhi konsumen untuk membeli obat di Apotek BM-41 Gresik adalah pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu pimpinan Apotek BM-41 Gresik harus lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi uji t pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) lebih kecil dari 0,05 sebesar 0,001. Artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai signifikansi uji t pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) lebih kecil dari 0,05 sebesar 0,000. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai signifikansi uji t pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) lebih kecil dari nilai signifikansi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,000. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

## REFERENSI

- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini, Y. (2012). Relevansi peraturan dalam mendukung praktek profesi apoteker di apotek. *Pharmaceutical Sciences and Research (PSR)*, 6(2), 97–106.
- Indrasari, M. (2017). The Effect Of Organizational Culture, Environmental Work, Leadership Style On The Job Satisfaction And Its Impact On The Performance Of Teaching In State Community Academy Bojonegoro. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7(1).
- Irawan, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas*, Terjemahan Bob Sabran. In *Jakarta: Erlangga*.  
<https://doi.org/10.1177/0022022111434597>
- Putra, B., & Prasetyo, I. (2017). Pemetaan Platform Media Komunikasi Pemasaran PT. Dyandra Promosindo dalam Ruang Publik di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Profesional*.  
<https://doi.org/10.25139/jkp.v1i2.505>
- Rafa'al, M. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi*.  
<https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.63>
- Schiffman, L., Kanuk, L., & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour*. Pearson.
- Sugiyono. (2016). metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1164/rccm.200409-1267OC>

- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Cetakan ke-15)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sundalangi, M., Mandey, S., & Jorie, R. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1).
- SUSILO, D. (2012). *Preferensi Pendengar Pada Content Program Siaran Goyang Rekete Radio Warna 93.6 Fm Pasuruan*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen jasa*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran (ketiga). In *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Andi.
- Tuela, M., & Susilo, D. (2017). Hyperreality: Pemaknaan dalam Penggunaan Game Pokemon Go. *Jurnal Kajian Media*. <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i1.155>