

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang

Nur Laela Febriyani¹ Noer Aisyah Barlian² Zainul Hidayat³
STIE Widyagama Lumajang, 67352, Indonesia
E-mail : nurlaelafebri95@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembelian obat bebas dan herbal di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang. Teknis pengambilan sampel adalah *Nonprobability Sampling*. Responden yang digunakan sebanyak 45 konsumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 16.0. hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi R^2 berarti menunjukkan sebanyak 15,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 84,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah produk, tempat dan lain sebagainya.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to analyze the influence of price and quality of service on purchasing decisions at clinics Husada noble lumajang Husada district. Population in this research is all consumer of free drug purchase and herbal at pharmacy clinics husada noble lumajang district. Technical sampling is Nonprobability Sampling. Respondents sused as many as 45 consumers. The data analysis used is multiple linear regression analysis with SPSS 16.0 tool. the results showed that partially the price and quality of service did not significantly influence the purchase decision. Simultaneously the price and quality of service significantly influence the purchase decision. The result of coefficient of determination R^2 means to show as much as 15,8% purchase decision can be explained by price variable and service quality while the rest 84,2% purchasing decision influenced by other variables not examined in this research. Variables not studied in this penelitian is a product, place and so forth.

Keywords: Price, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Dalam meningkatkan persaingan dunia usaha yang semakin tajam sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan lomba kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian khusus pada strategi pemasarannya yang di jalankan dalam perusahaan tersebut. Peningkatan persaingan dalam dunia usaha yang semakin tajam memaksakan organisasi maupun perusahaan memberikan perhatian pada peningkatan kompetensi dan keahlian khusus dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang ada. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu pembeli. Begitu juga dengan apotek, memudahkan masyarakat untuk memperoleh obat sehingga terjadi hubungan yang berkesinambungan antara unit pelayanan fasilitas kesehatan dengan apotek yang melayani persediaan obat-obatan sesuai dengan resep yang dikeluarkan

oleh dokter. Apotek adalah tempat usaha yang menyediakan obat-obatan. Awalnya Apotek sangat terbatas dan sulit ditemui dikarenakan perizinannya.

Bagi masyarakat hal ini berdampak positif dan sangat menguntungkan karena masing-masing Apotek akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga yang bersaing. Artinya bahwa masyarakat atau konsumen mempunyai kesempatan untuk melakukan *switching* dari satu Apotek ke Apotek yang lain. Setiap Apotek memiliki kebijakan harga yang berbeda-beda, inilah yang membuat konsumen harus pandai memilih dalam membeli obat. Menurut Manap (2016:289) "Harga, nilai dan *utility* adalah konsep yang saling berhubungan, sedangkan utilitas ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen. Value merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain". Sedangkan menurut Mahfoeds (2005:15). "Harga ialah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga di sebut dengan berbagai istilah sesuai dengan bentuk pertukaran yang berbeda-beda, harga dari suatu produk merupakan factor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk".

Harga memainkan peran strategik dalam sebuah pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk yang di pasaran akan tidak terjangkau di kalangan sasaran yang di tuju oleh pasar atau bahkan menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Demikian juga dengan Apotek Klinik Husada Mulia harus mampu merancang strategi pemasaran yang unggul untuk memperhitungkan srategi pesaing. Dan salah satu yang utama dalam menarik konsumen adalah memberikan pelayanan jasa informasi obat yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing yang lainnya. Berbagai macam pelayanan dengan keunggulan dan kemampuan masing-masing pelayanan Apotek untuk memenuhi keinginan, kebutuhan serta harapan konsumen sampai pada tingkat menyenangkan konsumen. Seperti kehadiran Apoteker setiap harinya.

Definisi kualitas layanan berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna layanan serta ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan pengguna layanan. Menurut Wyckof dalam Algifari (2016:2) "Kualitas Layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen". Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi (menentukan) kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pengguna layanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna layanan Parasuraman dalam Algifari (2016:3) Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Setiap Apotek memiliki kebijakannya masing-masing termasuk masalah persentase keuntungan yang diambil pada setiap obat yang dijual. Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang terlalu mahal juga menjadi pertimbangan pelanggan sebelum membeli obat, tidak jarang ada beberapa orang yang berpendapat tentang harga di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang sangat mahal, ini menjadi salah satu masalah yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

Menurut Ralph C. Davis dalam (Hasan 2004: 9) yaitu Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Termasuk didalamnya adalah toko dimana dia akan membelinya serta cara pembayaran yang akan dilakukannya, apakah dia

membayar tunai atau cicilan (Sumarwan 2011: 377). Berdasarkan pengertian di atas keputusan mengenai suatu produk yang ingin dibeli atau bagaimana cara kita membeli produk dengan pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas.

Beberapa penelitian yang terkait dengan harga dan kualitas pelayanan serta keputusan pembelian antara lain, penelitian Supirman (2016) yang berjudul Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda. Penelitian Petricia and Syahputra (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap proses Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Kopi Progo Bandung) terdapat pengaruh Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen Kopi Progo Bandung. Penelitian Nasar and Manoj (2015) yang berjudul *Purchase Decision for Apartments: A Closer Look Into the Major Influencing Factors*. Faktor kedua yang paling signifikan adalah *Quality* (pelayanan), yang pada dasarnya timbul dari atributnya "Persepsi terhadap kualitas apartemen dan memiliki kapasitas memuaskan sementara dan setelah membeli". Penelitian lain Andreti et al. (2013) yang berjudul *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia* menunjukkan bahwa Harga, Produk, Tempat, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang yang Alamatnya : Jl. Raya Wonorejo No. 165 Kab Lumajang, semakin lama semakin berkembang dan terbukti dengan adanya bangunan dan renovasi gedung yang sudah ada untuk meningkatkan pelayanan yang sudah ada. Agar dapat bersaing dan bertahan Apotek Klinik Husada Mulia dalam segi harga dan peningkatan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Dari uraian yang telah di kemukakan diatas, perlu melakukan penelitian lebih lanjut apakah Harga dan Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia. Oleh karena itu penulis memilih tugas akhir: **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK KLINIK HUSADA MULIA KABUPATEN LUMAJANG.**

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

"Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan". Manap (2016:5).

Manajemen Pemasaran

"Manajemen pemasaran berasal dari dua kata, yaitu manajemen dan pemasaran. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu seni, dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan nilai pelanggan yang unggul" (Kotler dan Keller, 2008:5).

Pengertian Harga

Harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan, sedangkan utilitas ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen. *Value* merupakan nilai suatu

produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Saat ini ekonomi sudah tidak menggunakan system barter lagi, akan tetapi menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga merupakan nilai barang yang dapat dinyatakan dengan uang. Manap (2016:289).

Kualitas Layanan

Wyckof dalam Algifari (2016:2) mendefinisikan “kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Ralph C. Davis dalam (Hasan 2004: 9) Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas.

Hipotesis. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan harga dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang.

2. Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)” Sugiyono (2008:37).

Obyek penelitian variabel independen adalah Harga (X1), kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada Apotek Klinik Husada ulia Lumajang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli obat herbal dan bebas pada Apotek Klinik Husada ulia Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Nonprobability Sampling*, teknik *Sampling* yang di pilih yaitu *incidental sampling*. “*incidental sampling* merupakan teknik peentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data” (Sugiono, 2009:122).

Tabel 1
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Laki – laki	19	42,3 %
2	Perempuan	26	57,7 %

Jumlah	45	100 %
--------	----	-------

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian

Data diatas menunjukkan bahwa dari 45 responden 19 orang atau 42,3 % diantaranya adalah laki - laki dan sisanya sebanyak 26 orang atau 57,7 % adalah perempuan. Dari data diatas menunjukkan pembeli lebih banyak perempuan dibanding laki - laki. Dari data tersebut menunjukkan bahwa laki - laki dan perempuan sama-sama melakukan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

Tabel 2
Jumlah Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1	19-25	20	44,5%
2	26-30	8	17,7%
3	31-35	8	17,7%
4	36-40	6	13,4%
5	41-45	3	6,7%
Jumlah		45	100%

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian

Data diatas menunjukkan bahwa dari 45 responden, 20 orang atau 44,5 % adalah usia 19-25tahun, 8 orang atau 17,7 % adalah usia 26-30 tahun, 8 orang atau 17,7 % adalah usia 31-35tahun, 6 orang atau 13,4 % adalah usia 36-40tahun, 3 orang atau 6,7 % adalah usia 41-45tahun. Data ini menunjukkan bahwa responden usia 19 - 25 mendominasi melakukan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

Tabel 3
Jumlah Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Prosentase (%)
1	S1	6	13,4%
2	SMA	20	44,5%
3	SMK	11	24,4%
4	SMP	7	15,5%
5	SD	1	2,2%
Jumlah		45	100%

Sumber data: Hasil Kuisisioner Penelitian

Data diatas menunjukkan bahwa dari 45 responden, 6 orang atau 13,4 % adalah pendidikan S1, 20 orang atau 44,5 % adalah pendidikan SMA, 11 orang atau 24,4 % adalah pendidikan SMK, 7 orang atau 15,5% adalah pendidikan SMP, 1 orang atau 2,2% adalah pendidikan SD. Data ini menunjukkan bahwa responden pendidikan SMA mendominasi melakukan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

Tabel 4
Hasil Rekapitulasi Validitas

NO	Kuisiонер	r hitung	r minimal	Signifikansi	Hasil
1	Harga (X1)				
	-Pernyataan 1	0,475	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 2	0,571	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,682	0,3	0,000	Valid
	-Pertanyaan 4	0,602	0,3	0,000	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,651	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 1	0,693	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 2	0,701	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,782	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 4	0,507	0,3	0,000	Valid
	-Pertanyaan 5				
3	Keputusan Pembelian (Y) Tahap 1	0,665	0,3	0,228	Tidak Valid
		0,297	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 1	0,665	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 2	0,743	0,3	0,000	Valid
	-Pernyataan 3	0,667	0,3	0,009	Valid
	-Pernyataan 4				
	-Pernyataan 5				

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuisiонер dengan SPSS

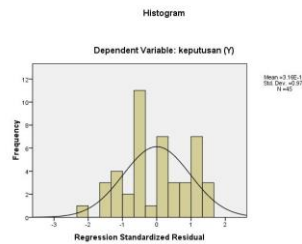
Tabel 4.14

Rekapitulasi Hasil Pengujian Reabilitas

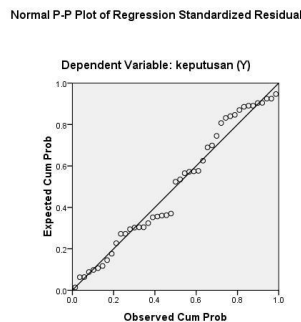
Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Interval Reabilitas	Hasil
Harga (X1)	0,432	0,401-0,60	Cukup Realibel
Keputusan Pembelian (X2)	0,673	0,601-0,80	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,577	0,401-0,60	Cukup Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiонер dengan SPSS.16

Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiner dengan SPSS.1
Uji Normalitas Data



Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiner dengan SPSS.16 (2018)

Jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal, maka persyaratan normalitas terpenuhi (Santoso, 2012:361). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitubpula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinieritas

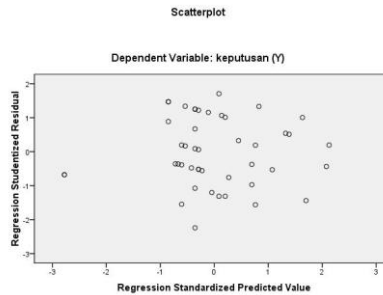
Tabel 5
Hasil Pengujian Multikoloineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,722	1.386	Bebas multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,722	1.386	Bebas multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiner dengan SPSS.16 (2018)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Output Analisis Data SPSS.16, (2018)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut.hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.963	2.577		5.031	.000					
harga X1	.231	.164	.234	1.404	.168	.350	.212	.199	.722	1.386
pelayanan X2.	.183	.138	.220	1.321	.194	.344	.200	.187	.722	1.386

a. Dependent Variable: keputusan (Y)

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = 12.963 + 0.231X_1 + 0.183X_2$$

Tabel 7
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.963	2.577		5.031	.000					
harga X1	.231	.164	.234	1.404	.168	.350	.212	.199	.722	1.386
pelayanan X2.	.183	.138	.220	1.321	.194	.344	.200	.187	.722	1.386

a. Dependent Variable: keputusan (Y)

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t tabel. Hasil t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(n-2) = 45-2 = 43$, maka diperoleh t tabel = $\pm 1,68$. Jadi kriteria pengujiannya sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.036	2	12.018	3.931	.027 ^a
	Residual	128.408	42	3.057		
	Total	152.444	44			

a. Predictors: (Constant), pelayanan X2., harga X1

b. Dependent Variable: keputusan (Y)

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F tabel. Hasil F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($n - k - 1$) = $45 - 2 - 1 = 42$, maka diperoleh F tabel = 3,22. Jadi criteria pengujiannya sebagai berikut :

Tabel 9
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.397 ^a	.158	.118	1.749	.158	3.931	2	42	.027	1.914

a. Predictors: (Constant), pelayanan X2., harga X1

b. Dependent Variable: keputusan (Y)

Sumber: Output Analisis Data SPSS.16 (2018)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,158. Hal ini berarti 15,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 84,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya seperti tempat, promosi dan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Harga Dalam Melakukan Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan harga tidak berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang. Artinya harga di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang tidak mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Melakukan Keputusan

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang. Artinya kualitas pelayanan naik atau turun tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian obat di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang.

Penelitian ini bertentangan dengan , Yuliana, (2016), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Dalam Melakukan Keputusan Pembelian

Hasil menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek klinik husada mulia kabupaten lumajang. Karena telah diketahui nilai F hitung sebesar 3,931 lebih besar dari F tabel 3,22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen tergantung pada harga dan kualitas pelayanan pada perusahaan. Harga dalam keputusan pembelian di Apotek Klinik Husada ini sangat kecil pengaruhnya. Karena apotek sebagai kebutuhan konsumen untuk menyembuhkan penyakit yang di derita oleh konsumen. Semahal apapun harganya akan tetap di beli, karena memang kebutuhan. Tetapi konsumen setelah melakukan pembelian akan secara tidak langsung membandingkan harga obat di Apotek Klinik Husada Mulia dengan apotek sebelumnya. Walaupun dari segi pelayanan jugak seperti itu, pengaruhnya juga sedikit. Tetapi konsumen tidak akan kembali lagi jika pelayanannya kurang memuaskan. Karena konsumen akan mengingat jika pelayanannya rendah. Tapi sebaliknya, jika pelayanannya bagus, otomatis konsumen akan sabar menunggu antrian. Dan secara tidak langsung konsumen akan mempromosikan ke masyarakat lainnya melalui promosi mouth to mouth mout. Secara tidak langsung pemasaran akan semakin meluas. Karena kesan baik akan selalu di ingat oleh konsumen, sebaliknya kesan buruk jugak akan di ingat. Jadi peran pelayanan dalam suatu usaha sangat mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Maka secara tidak langsung Apotek Husada Mulia akan di kenal oleh masyarakat. Sehingga secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

PENUTUP**Kesimpulan**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Harga tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.
- b. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam melakukan keputusan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.
- c. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh dalam penelitian ini, maka di ajukan saran - saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan

Mengingat harga dan kualitas pelayanan adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan dalam penelitian ini sudah dilakukan uji t (uji parsial) yang memberikan hasil bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat, maka perlu adanya meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan tercapainya tujuan perusahaan.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya. Diharapkan bagi peneliti lain bisa memperbanyak jumlah sampel penelitian agar hasil semakin berkembang dan hasilnya semakin sempurna dan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diantaranya adalah : Promosi, Kualitas Produk, dan lain - lain.

Agar lebih meningkatkan pembelian dan tercapainya tujuan perusahaan diharapkan perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan harga dan memasang harga yang sesuai pada saat ini atau kedepannya dan memberikan pelayanan memberikan kenyamanan, memperhatikan keluhan pelanggan, memberikan informasi - informasi pada pelanggan manfaat produk - produk tersebut dengan harapan mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

DAFTAR RUJUKAN

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan*. Yogyakarta: bpef.
- Andreti, Junio, Nabila H. Zhafira, Sheila S. Akmal, and Suresh Kumar. 2013. "The Analysis of Product , Price , Place , Promotion and Service Quality on Customer S ' Buying Decision of Convenience Store : A Survey of Young Adult in Bekasi , West Java , Indonesia." *International Journal of Advances in Management and Economics* 2(6):72–78.
- Harsasi, Meirani. n.d. "The Impact of Perceived Service Quality on Repurchase : A Study of a Distance Education Institution." 1–10.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Cetakan Ke. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kodu, Sarini. 2013. "Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza." *Jurnal EMBA, ISSN : 2303-1174* 1(3):1251–59.