



Influence of Product Quality and Price on the Purchase Decision of Health Equipment at PT Inti Medicom Retailindo

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Alat-Alat Kesehatan pada PT Inti Medicom Retailindo

Author

Sutama Wisnu D

Universitas PGRI Adi Buana
 sutama@unipa.ac.id

Kresna Agustinengseh

Universitas PGRI Adi Buana
 kresnaagustinn@gmail.com

Abstract

Researchers conducted research to find out the influence of free variables product quality and price to the variable bound (buying decision) Medical Devices In PT.Inti Medicom Retailindo. Researchers use quantitative data with questionnaires as a means of collecting data used. The method used by researchers is non probability sampling method with purpose sampling technique. With a sample of 100 people have criteria has been made purchases twice or more in PT.Medicom Retailindo core that will be processed using SPSS version 20 program. The results of this study show if there is an influence of significance of the free variable of product quality and price on medical devices in PT.Inti Medicom Retailindo. Based on the results of the t-count test of the three free variables, product quality variables have a value of $6,534 > t_{tabel} > 1,985$, the price has a thitung number of $> t_{tabel}$ of $2,032 > 1,985$. While looking at the figures based on the results of the F test that the value of $F_{hitung} > F_{tabel} = 94,722 > 3,089$ this means that variable product quality and price simultaneously affect the purchase decision

Keywords

product quality, price and purchase decision

Duconomics
Sci-meet
2021

VOLUME 1
 JULI

Page

46-54

DOI

10.37010/duconomics.v1.5340

Abstrak

Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas kualitas produk dan harga terhadap variabel terikat (buying decision) Alat-Alat Kesehatan Pada PT Inti Medicom Retailindo. Peneliti memanfaatkan data kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang digunakan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode *nun-probability sampling* dengan teknik *purpose sampling*. Dengan sejumlah sampel 100 orang memiliki kriteria telah adanya dilakukan pembelian sebanyak dua kali ataupun lebih di PT Inti Medicom Retailindo yang akan diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh signifikansi dari variabel bebas kualitas produk dan harga pada alat-alat kesehatan pada PT Inti Medicom Retailindo. Berdasarkan hasil uji t-hitung dari ketiga variabel bebas yang ada, variabel kualitas produk memiliki nilai t-hitung $> t$ -tabel sebesar $6,534 > 1,985$, harga mempunyai besaran angka t-hitung $> t$ -tabel yaitu $2,032 > 1,985$. Sedangkan melihat angka berdasarkan hasil uji F bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 94,722 > 3,089$ hal ini berarti bahwa variabel product quality dan price secara serentak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci

kualitas produk, harga dan keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Pada waktu pandemi yang sedang terjadi sekarang ini dunia industri beradu secara kuat terutama bisnis alat kesehatan, dengan adanya wabah virus COVID-19 sehingga masyarakat berbondong-bondong melengkapi kebutuhan medis yang sesuai dengan protokol kesehatan agar tetap dapat menjalankan kegiatan di luar rumah di era new normal ini. Medicom merupakan industri yang menyediakan macam – macam alat kesehatan yang didirikan sejak tahun 1998 dengan nama CV. Medicom pada bulan Desember 2013 CV. Medicom berkembang menjadi PT. Inti Medicom Retailindo yang memiliki visi dan misi serta manajemen baru. Medicom adalah toko dan showroom resmi dari Onemed Group yang di oleh PT. Inti Medicom Retailindo.

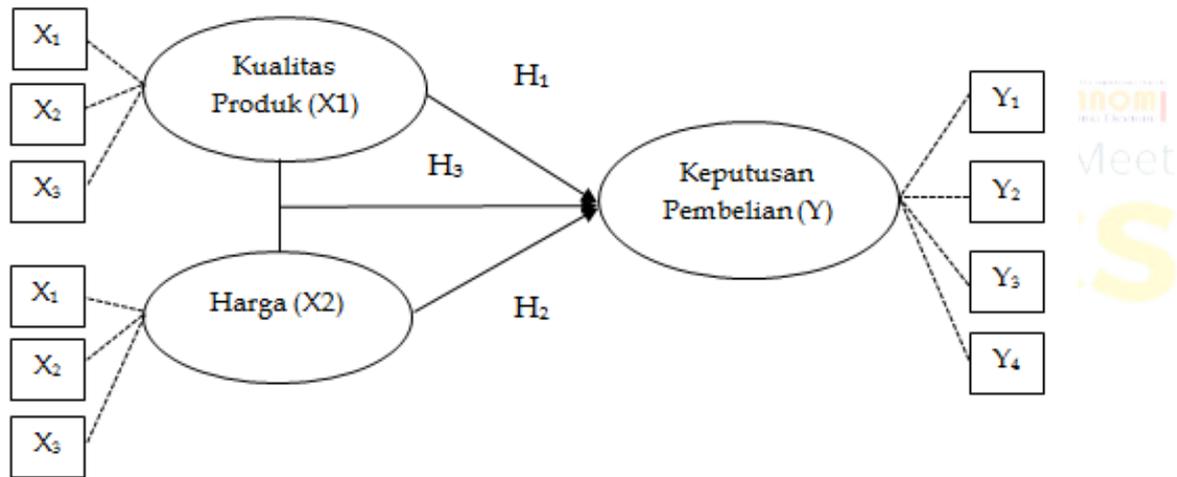
Kualitas adalah suatu hal yang dapat menjadikan tingkat daya beli konsumen sehingga konsumen akan beranggapan bahwa produk yang bermutu akan mencukupi harapan konsumen . PT Inti Medicom Retailindo sebisa mungkin akan menjamin kualitas produk yang telah diproduksi. Kalau pun produk yang diproduksi mengalami kerusakan di kemudian hari PT. Inti Medicom Retailindo telah memberikan garansi dan *service centre* di area Surabaya Barat sehingga dapat memudahkan konsumen dalam melakukan perbaikan mesin. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan oleh penjual untuk suatu barang yang memberikan manfaat pada pembeli atau taksiran uang yang ditukar dengan produk ataupun jasa . Pada PT. Inti Medicom melalui segi harga yang ditafsirkan kepada konsumen harus selaras dengan mutu yang ada pada suatu produk untuk memberikan rasa puas yang mmpengaruhi tingkat pembelian pada perusahaan.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen tentang berbelanja atau tidaknya akan produk yang diinginkan . Keputusan pembelian memiliki beberapa unsur – unsur yang menyebabkan konsumen membeli pada suatu produk ialah kualitas produk , harga , citra merek dan promosi.

Dalam hal ini PT. Inti Medicom Retailindo harus dapat meyakinkan bahwa produk yang telah dibeli oleh konsumen dapat berkerja dan berfungsi dengan baik agar dapat memberikan manfaat yang telah dijanjikan oleh perusahaan kepada konsumen. Dalam keadaan tersebutlah perusahaan dapat terdorong untuk bersaing secara profesional agar dapat memikat konsumen beserta memberikan suatu produk bermutu dan harga yang sebanding terhadap suatu produk. Berdasarkan hal ini maka pengamat menggali lebih dalam dengan tema pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo.

METODE

Kerangka Konseptual



Gambar 1: Kerangka Konseptual

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh plus terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan PT.Inti Medicom Retailindo
- H2 : Harga berpengaruh plus terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan PT.Inti Medicom Retailindo
- H3 : Kualitas Produk dan Harga berpengaruh plus terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan PT.Inti Medicom Retailindo

Definisi Operasional Variabel Penelitian.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keistimewaan produk pada kinerjanya dalam memuaskan keperluan yang semestinya (Kotler & Armstrong, 2014). Indikator kualitas produk (Kotler dalam (Syaparilwadi & Wardhana, 2015) Kinerja Produk, Keawetan, Persepsi Kualitas Produk

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan oleh penjual untuk suatu barang yang memberikan manfaat pada pembeli atau taksiran uang yang ditukar dengan produk ataupun jasa (Ningtias & Budiarti, 2017) Indikator Harga (Kotler & Armstrong, 2014) meliputi Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas, Daya Saing Harga

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen tentang berbelanja atau tidaknya akan produk yang diinginkan. (Kotler, 2012). Indikator keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016) ialah Kemantapan pada suatu produk, Kebiasaan dalam membeli produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain, Melakukan pembelian ulang.

Teknik Analisis Data

Populasi dan Sampel

Populasi studi peneliti adalah pelanggan PT. Inti Medicom Retailindo. Data acuan penelitian ini yaitu tahun 2020 yang berjumlah 411 orang yang telah melakukan dua kali pembelian. Peneliti memilih non probability sampling dengan metode purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono dalam (Dilasari & Zubadi, 2020) Sampel penelitian ini sejumlah 100 orang yang memiliki kriteria telah adanya dilakukan pembelian sebanyak dua kali ataupun lebih di PT. Inti Medicom Retailindo

Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen yang dipakai peneliti yaitu validity test dan reliability test. Validitas memperlihatkan sebgus apakah sebuah instrumen yang dipakai untuk sebuah ukuran Sakaran dalam (Asiah, Jamilah, & Kristiningsih, 2014). Kriteria yang digunakan dalam mengambil keputusan yaitu jika r -hitung $>$ dari r -tabel maka semua pertanyaan yang digunakan pada penelitian dapat dikatakan valid . reliability test adalah sebuah media untuk menjumlah sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator per variabel (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan dalam mengambil keputusan yaitu nilai cronbach's alpha sebesar 0,6 atau melebihi nilai yang ditentukan , maka semua pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian (Asiah, Jamilah, & Kristiningsih, 2014)

Pengujian Asumsi Klasik

Uji yang dikenakan yaitu:

1. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual dan variabel pengganggu mempunyai distribusi yang seimbang, (Ghozali, 2013). Kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka data terdistribusi dengan normal.
2. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi antar variabel independen yang memiliki korelasi, (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu nilai VIF $<$ 10 atau sama halnya nilai tolerance $>$ 0,10.
3. Uji heterokedastistas mempunyai tujuan untuk menguji residual ke pengamatan lain agar tidak terjadi ketidaksamaan variance, (Ghozali, 2013). Dasar dalam pengambilan keputusan yaitu titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola tertentu maka pada penelitian yang dilakukan tidak terjadinya heterokedastistas.

Hasil

Tabel 1. Uji Validitas

Indikator	R-hitung	Indikator	R-hitung	Indikator	R-hitung
	X ₁		X ₂		Y
1_1	0,792	1_1	0,851	1_1	0,805
1_2	0,733	1_2	0,880	1_2	0,832
2_1	0,755	2_1	0,769	2_1	0,613
2_2	0,821	2_2	0,709	2_2	0,608
3_1	0,815	3_1	0,848	3_1	0,836
3_2	0,715	3_2	0,855	3_2	0,693
				4_1	0,781
				4_2	0,712

Dari data yang berada diatas menunjukkan jika signifikansi setiap variable lebih tinggi daripada r tabel 0,1966, sehingga dapat ditemukan kesimpulannya bahwa keseluruhan item dalam penelitian ini valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
$\rho(X_1)$,	.861	0,6	reliabel
$\rho(X_2)$,	.900	0,6	reliabel
$\rho(Y)$,	.871	0,6	reliabel

Uji yang dilalui nilai koefisiensi *reliabilitas alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0.6, maka hasil dapat dipastikan *reliable*.

Tabel 3. Uji Normalitas

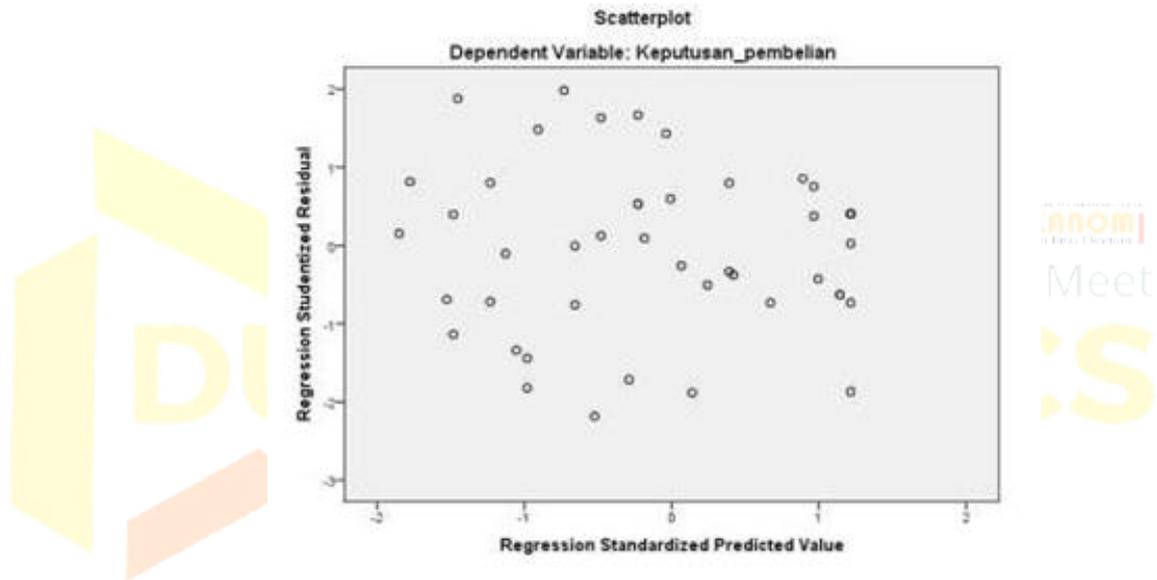
Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0.083	Sig>0.05	Normal

\ Perhitungan pada tabel *normality test* diketahui nilai sig. > 0,005 maka bisa dibidang data berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas	Hasil	Kriteria	Keterangan
$\rho(X_1)$,	2,783	VIF<10	Bebas
$\rho(X_2)$,	2,783	VIF<10	Bebas

Hasil pengujian *Multicollinearity* diperoleh seluruh nilai VIF<10 untuk variabel Kualitas produk (X1) dengan hasil 2,783 (<0,10), Harga (X2) dengan hasil 2,783 (<0,10) . Sehingga bebas dari multikolinieritas.



Gambar 2. Hasil Uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak menunjukkan terjadinya heterokedastisitas karena terlihat pola penyebaran data diatas tidak menggambarkan suatu pola tertentu.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Hasil	Kriteria	Keteranga n
Constant	2.980	-	-
Kualitas Produk	0.926	0,000	Signifikan
Harga	0.272	0.045	Signifikan

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa variabel bebas pada penelitian ini memberikan pengaruh positif pada variabel terikat dengan hasil sig. nilai kualitas produk 0,000 dan harga 0,045. $Y = 2,980 + 0,926X_1 + 0,272X_2 + e$

Tabel 6. T test

Variabel	Hasil Uji-t	Kriteria	Keteranga n
Constant	2.980	-	-
\hat{X}_1 ,	6.534	0.000	Signifikan
\hat{X}_2 ,	2.032	0.045	Signifikan

Berdasarkan hasil uji t diatas jika nilai signifikansi < 0.05 jadi variable bebas memperoleh pengaruh yang signifikan secara sendiri sendiri terhadap Y.

Tabel 7. *F test*

	F	Sig.
Regression	94,722	.000 ^b

Dari tabel f-test diperoleh analisis dari variabel menunjukkan hasil signifikansi sejumlah $13,522 > f\text{-table } 2,75$ ($df=64$) dengan tingkatan sig. 0,000

Pembahasan

Pada uji t, bahwa hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas produk berdampak pada keputusan pembelian telah memberikan akibat yang positif X1 bernilai Thitung 6,534, signifikan 0,000, sama halnya studi yang telah dijalankan oleh (Dilasari & Zubadi, 2020) yang menyatakan hubungan kualitas produk berdampak secara jelas dan relevan pada keputusan pembelian

Kualitas adalah suatu hal yang dapat menjadikan tingkat daya beli konsumen sehingga konsumen akan beranggapan bahwa produk yang bermutu akan mencukupi harapan konsumen. Oleh karena itu dapat diketahui jika tingkat mutu produk menarik maka semakin bertambah pengaruh pada keputusan pembelian sehingga pembeli dapat menerima produk dan memilih produk yang memiliki kualitas produk yang terbaik.

Pada hipotesis kedua menyatakan adanya pengaruh harga pada keputusan pembelian telah memberikan hasil positif X2 dengan nilai T-hitung 2,032, sig 0,045 sama halnya studi yang telah dijalankan oleh (Wulandari, 2018) yang menyatakan bahwa harga memiliki dampak pada keputusan pembelian konsumen telah memberikan akibat yang positif. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan oleh penjual untuk suatu barang yang memberikan manfaat pada pembeli atau taksiran uang yang ditukar dengan produk ataupun jasa, sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Inti Medicom Retailindo telah memberikan harga yang ditawarkan telah sesuai dan konsisten terhadap kualitas produk yang telah diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil uji simultan yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara bersamaan memberikan dampak pada keputusan pembelian dengan hasil simultan nilai F hitung sebesar 94,722 senilai sig. 0,000. sama halnya studi yang telah dijalankan (Nasution, 2019) menunjukkan bahwa secara serentak harga dan kualitas produk berdampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen tentang berbelanja atau tidaknya akan produk yang diinginkan. Dalam melakukan keputusan pembelian ada beberapa unsur – unsur yang menyebabkan konsumen membeli pada suatu produk ialah kualitas produk, harga, citra merek dan promosi.

PENUTUP

Simpulan penelitian ini berdasarkan pengujian yang sudah dirancang melalui hipotesis pertama menyatakan bahwa :

1. variabel kualitas produk berdampak pada keputusan pembelian telah memberikan akibat yang positif X1 bernilai Thitung 6,534, signifikan 0,000
2. variabel harga berdampak pada keputusan pembelian yang telah memberikan akibat positif X2 dengan nilai T-hitung 2,032, sig 0,045

<https://www.doi.org/10.37010/duconomics.v1>

3. uji simultan variabel bebas berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai simultan nilai F hitung sebesar 94,722

DAFTAR PUSTAKA

- Asiah, S., Jamilah, & Kristiningsih. (2014). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi*. Surabaya: UWKS.
- Dilasari, Y. S., & Zubadi, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store di Kota Magelang. *ISSN*, 746.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Kesembilan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Edisi 12 Jilid 1.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing (Global Edition)*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisis* 59.
- Ningtias, A., & Budiarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bimbingan Belajar Alfagama Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, 1-16.
- Susanti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama. *Menara Ekonomi*, 23-32.
- Syaparilwadi, P., & Wardhana, A. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3*, 3629.
- Wulandari, A. (2018). PENGARUH HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ALKOHOL ONEMED DIJAKARTA.