

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI APOTEK K-24 MUHAMMAD YAMIN

Miak Dacosta, Djumali, Istiqomah
Fakultas ekonomi UNIBA Surakarta
Email: miiadacosta78@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu jenis penelitian yang menjelaskan sebab dan akibat. Metode pengambilan sampelnya menggunakan convenience sampling, dengan jumlah responden 100 orang yaitu konsumen yang melakukan transaksi pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi linear berganda, dari data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Penelitian ini diuji dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan adjusted R Square = 0,514 = 51,4% dan nilai signifikansi 0,000. Kelengkapan produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi < 0,05 adalah 0,000 untuk variabel kelengkapan produk, 0,005 untuk variabel harga, dan 0,000 untuk variabel promosi. Sedangkan variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai 0,905.

Kata-kata kunci: kelengkapan produk, harga, promosi, pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the completeness of the product, price, promotion and service to the decision to purchase medicine at the K-24 Pharmacy Muhammad Yamin.

This type of research is descriptive research, namely the type of research that explains cause and effect. The sampling method used convenience sampling, with the number of respondents 100 people namely consumers who made medicine purchase transactions at the K-24 Pharmacy Muhammad Yamin. Data analysis using validity test, reliability test and multiple linear regression analysis from the data obtained by distributing questionnaires to respondents. This study was tested using SPSS 20 software.

The results showed that the completeness of products, prices, promotions and services together had a significant effect on purchasing decisions with adjusted R Square = 0.514 = 51.4% and a significance value of 0.000. Completeness of product, price, and promotion partially have a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 5 0.05 is 0,000 for product completeness variables, 0.005 for price variables, and 0,000 for promotion variables. While the service variable has no significant effect because it has a value of 0.905.

Keywords: Product completeness, price, promotion, service, purchase decision.

PENDAHULUAN

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam membangun suatu bangsa adalah menciptakan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap banyak tenaga kerjasehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Disamping itu ada kebutuhan lain yang tidak kalah pentingnya yaitu kebutuhan akan hiburan dan kesehatan. Saat ini kesehatan merupakan salah satu kebutuhan pokok untuk mewujudkan manusia yang

berkualitas, karena itu tanpa adanya kesehatan yang baik manusia tidak mampu melakukan aktivitasnya dengan baik. Peningkatan akan kebutuhan kesehatan tidak akan bermakna apabila tidak diimbangi dengan ketersediaan obat yang memadai dan mudah diperoleh. Apotek merupakan salah satu bentuk fasilitas kefarmasian yang memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian obat, maka saat ini tidak jarang beberapa Apotek menggunakan pelayanan 24 jam demi memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat.

Keputusan membeli obat dapat dilakukan oleh konsumen apabila produk yang tersedia mempunyai kualitas yang baik, lengkap, harga terjangkau dan pelayanan yang baik. Menurut Fandy Tjiptono (2014:21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Demi melayani persediaan obat-obatan sesuai dengan resep yang dikeluarkan oleh dokter, kelengkapan produk menjadi salah satu point penting agar konsumen tidak kecewa saat melakukan transaksi pembelian. Kelengkapan produk mempunyai arti yaitu kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel (Ma'ruf, R 2005:135). Harga juga sangat mempengaruhi dalam sebuah keputusan pembelian obat, harga yang sesuai HET (Harga Eceran Tertinggi) membuat konsumen tidak ragu karena sudah sesuai standar dari Pemerintah, tak jarang beberapa Apotek menjual obat di atas harga HET. Hal tersebut yang membuat konsumen yang datang ke Apotek hanya sekedar membandingkan harga saja. Apotek K-24 berupaya untuk menjual obat asli dengan harga sesuai HET.

Selain harga, promosi penjualan merupakan hal penting yang harus dipikirkan. Dengan melakukan promosi, masyarakat akan semakin mengenal barang ataupun jasa yang kita berikan. Untuk memenuhi keinginan, kebutuhan serta harapan konsumen sampai pada tingkat menyenangkan konsumen, para pengusaha Apotek saling menawarkan berbagai macam pelayanan dengan keunggulan dan kemampuan masing-masing. Pelayanan merupakan kesadaran masyarakat akan pentingnya memelihara kesehatan juga memicu semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan obat.

Salah satu yang utama dalam menarik konsumen ialah memberikan pelayanan jasa informasi obat yang kualitasnya lebih baik dari pesaing yang lainnya. Seperti kehadiran Apoteker setiap harinya. Mengingat harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman lampau, pembicaraan dari mulut ke mulut serta citra Apotek yang kemudian membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas apabila jasa yang diberikan melebihi harapannya.

Melihat uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin".

Tinjauan pustaka

1. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian menurut Fandy Tjiptono (2014:21) merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan. Keputusan pembelian sendiri bermakna tindakan dari sebuah pilihan untuk membeli dengan cara mempertimbangkan faktor apa yang akan dibeli, dimana membelinya dan bagaimana jarak tempuh untuk membeli serta harga dari barang atau jasa yang akan dibeli.

2. Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan kegiatan dimana barang – barang komplit tersedia sesuai dengan bisnis yang dijalankan toko dengan harga, jumlah dan waktu yang sesuai untuk mencapai target perusahaan ritel. Adapun beberapa indikator kelengkapan produk (Alreza et al, 2013), sebagai berikut :

- a. Keragaman produk yang dijual
- b. Variasi produk yang dijual
- c. Ketersediaan produk yang dijual
- d. Macam merek yang tersedia

3. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu (Amelia et al, 2016). Hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa adalah harga. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Menurut Anwar dan Satrio (2015), indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain :

- a. Harga yang sesuai dengan manfaat
- b. Persepsi harga dan manfaat
- c. Harga barang terjangkau
- d. Persaingan harga
- e. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

4. Promosi

Faktor yang paling utama dalam menentukan keberhasilan perusahaan tidak lain adalah promosi. Hal ini dilakukan guna memperkenalkan produk atau jasa yang akan dijual, dari konsumen yang tidak mengerti menjadi mengerti, pelanggan yang sudah membeli menjadi loyal, semua itu dilakukan lewat promosi. Indikator dari promosi ialah :

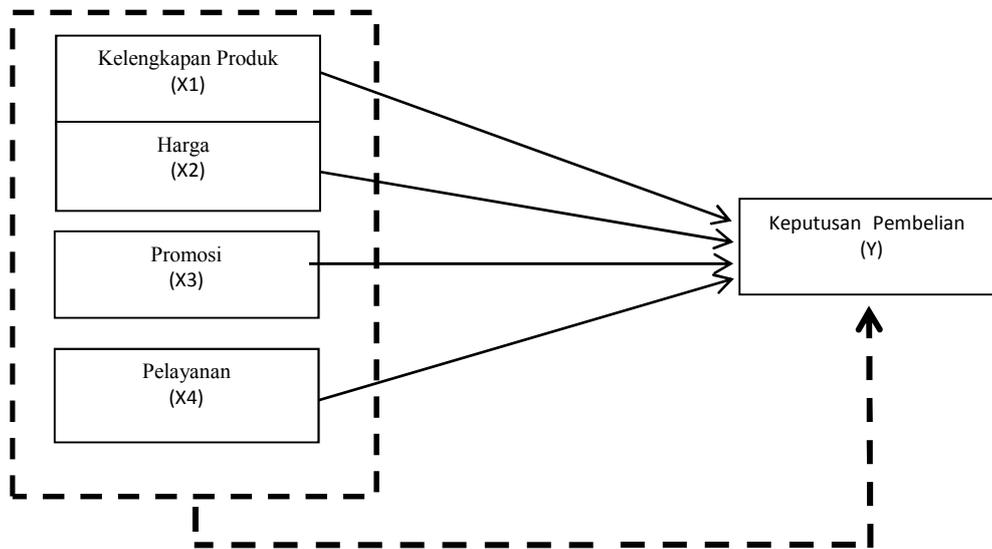
- a. Jangkauan promosi
- b. Penayangan iklan di media promosi
- c. Penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi

5. Pelayanan

Pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan bertumpu pada faktor materi melalui prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Indikator dari pelayanan ialah sebagai berikut :

- a. Cepat
- b. Tepat
- c. Aman
- d. Ramah
- e. Nyaman

Kerangka berfikir



Gambar 1. Kerangka berfikir

Hipotesis

Hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.
2. H2 : Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.
3. H3 : Promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.
4. H4 : Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, Rancangan atau desain penelitiannya yaitu penelitian deskriptif. Lokasi penelitian di Apotek K-24 Muhammad Yamin. Untuk mencari sampel menggunakan rumus (sugiyono,2009:85) berikut:

$$n = \frac{N^2 p - q}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

p = estimator proporsipopulasi (0,5)

N = harga standard normal (1,976)

q = 1-p

d = interval/ penyimpangan (0,10)

berdasarkan rumus tersebut maka dilakukan perhitungan jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{(1,976)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2} = 97,6 \approx 98$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel peneliti sebanyak 98 responden. Untuk memperoleh data yang lebih valid maka di bulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampling menggunakan tehnik *convenience sampling* yaitu sampling yang dipilih dengan perhitungan kemudahan. Seseorang di ambil sampling karena sedang berada di lokasi dan sedang membeli obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Uji Instrumen

Tabel 1. Uji instrumen

Variabel	r hitung	r tabel	Cronbach's Alpha	keterangan	
Kelengkapan Produk	0,757	0,444	0,783	VALID	reliabel
	0,718	0,444		VALID	
	0,847	0,444		VALID	
	0,866	0,444		VALID	
	0,479	0,444		VALID	
Harga	0,600	0,444	0,798	VALID	reliabel
	0,762	0,444		VALID	
	0,727	0,444		VALID	
	0,769	0,444		VALID	
	0,863	0,444		VALID	
promosi	0,882	0,444	0,848	VALID	reliabel
	0,781	0,444		VALID	
	0,723	0,444		VALID	
	0,845	0,444		VALID	
	0,718	0,444		VALID	
pelayanan	0,720	0,444	0,823	VALID	reliabel
	0,746	0,444		VALID	
	0,691	0,444		VALID	
	0,934	0,444		VALID	
	0,781	0,444		VALID	
Keputusan pembelian	0,742	0,444	0,828	VALID	Reliabel
	0,918	0,444		VALID	
	0,758	0,444		VALID	
	0,640	0,444		VALID	
	0,801	0,444		VALID	

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan r hitung > r tabel (0,444) dan *cronbach alpha* > 0,444. Sehingga instrumen penelitian valid dan reliabel.

Uji regresi linear

Tabel 2. Hasil regresi linier berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 ^a	,534	,514	1,829

a. Predictors: (Constant), X4_PELAYANAN, X3_PROMOSI, X2_HARGA, X1_KELENGKAPAN PRODUK

ANOVA^a

Model	SumofSquares	Df	MeanSquare	F	Sig.
1 Regression	364,203	4	91,051	27,209	,000 ^b
Residual	317,907	95	3,346		
Totally	682,110	99			

Coefficients^a

model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Bi	Std.i Error	Betai		
1	(Constant)	-,251	2,361		-,106	,916
	x1_kelengkapan_produk	,329	,083	,325	3,943	,000
	x2_harga	,276	,097	,232	2,842	,005
	x3_promosi	,346	,070	,387	4,986	,000
	X4_pelayanan	,007	,057	,009	,120	,905

a. Dependent Variable : y_keputusan_pembelian
Sumber: data primer diolah 2018

Dari data di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,251 + 0,329X_{KP} + 0,276X_H + 0,346X_{PR} + 0,007X_{PL} + e$$

Hasil uji serempak menggunakan aplikasi SPSS diketahui $f_{hitung} (27,209) > F_{tabel}(2,47)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. yang artinya kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan secara signifikan dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Dari data di atas didapat : variabel kelengkapan produk hasil $t_{hitung} (3,943) > t_{tabel} (1,985)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak. Secara parsial kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Variabel harga hasil $t_{hitung} (2,842) > t_{tabel}(1,985)$ dan signifikansi $0,005 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Variabel promosi hasil $t_{hitung}(4,986) > t_{tabel}(1,985)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak. Secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Variabel pelayanan hasil $t_{hitung}(0,120) < t_{tabel}(1,985)$ dan signifikansi $0,905 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima. Secara parsial pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin.

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,514, yang berarti 51,4% keputusan pembelian obat di Apotek K-24 Muhammad Yamin dipengaruhi oleh variabel kelengkapan produk, harga, promosi, dan pelayanan. Sisanya 48,6% keputusan pembelian dipengaruhi variable lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (27,209 > 2,47)$ maka H_0 ditolak, artinya

- kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian obat. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “diduga kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat”, terbukti kebenarannya. Sehingga apabila kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan berjalan dengan baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel kelengkapan produk maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,943 > 1,985$) artinya terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian obat. Sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “diduga kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat”, terbukti kebenarannya. Hal ini terjadi karena dengan tersedianya produk yang lengkap dan bervariasi maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
 3. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel harga maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($2,842 > 1,985$) artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian obat. Sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “diduga harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat”, terbukti kebenarannya. Hal ini terjadi karena dengan adanya tingkat harga seimbang yang disesuaikan dengan potongan harga dan penetapan harga yang relatif lebih terjangkau sesuai HET tidak lebih, maka akan memberikan nilai pemahaman tersendiri bagi konsumen untuk lebih jeli dan teliti akan pembeliannya, sehingga hal tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian.
 4. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel promosi maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,968 > 1,985$) artinya terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian obat. Sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “diduga promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat”, terbukti kebenarannya. Hal ini terjadi dengan adanya promosi melalui iklan, media cetak maupun elektronik serta promosi dengan pemberian hadiah akan mempengaruhi keputusan pembelian.
 5. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan uji t pada variabel pelayanan maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,120 < 1,985$) artinya pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat. Sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “diduga pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian obat”, terbukti kebenarannya. Hal ini terjadi dikarenakan beberapa konsumen menyatakan bahwa saat membeli obat, berfikir untuk segera sembuh tanpa terlalu memperlumahkan pelayanannya namun karyawan juga tidak boleh seenaknya sendiri dalam memberikan pelayanan karena untuk sekelas Apotek K-24 pasti mempunyai SOP (Standar Operasional Perusahaan) dalam melakukan pelayanan memuaskan. Namun beberapa konsumen ada yang berpendapat bahwa pelayanan pada saat tengah malam atau diatas jam 01.00 dini hari sering dirasakan customer kurang optimal. Dalam arti karyawan yang terlihat mengantuk saat melayani customer, sehingga tidak konsentrasi menanggapi permintaan customer. Selain itu penjualan lewat loket diatas jam 00.00 WIB, membuat customer kesulitan untuk memilih obat yang mereka inginkan. Hal ini mempengaruhi keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk, harga, promosi dan pelayanan secara simultan dan signifikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- b. Kelengkapan produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- c. Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- d. Promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- e. Pelayanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Hendaknya pengelolaan operasional di dalam Apotek K-24 Muhammad Yamin sudah baik, terlebih dari segi kelengkapan produk harus dipertahankan namun alangkah lebih baik jika Apotek K-24 Muhammad Yamin senantiasa terus meningkatkan pelayanan lebih optimal terutama pada pelayanan saat diatas jam 01.00 dini hari mengingat Apotek K-24 merupakan Apotek yang buka 24 jam, harga yang terjangkau dan sesuai standar HET, serta promosi yang lebih menarik. Selain melakukan pengelolaan yang baik, Apotek K-24 perlu melakukan evaluasi secara berkala terkait fasilitas-fasilitas fisik yang sudah lama dan perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan konsumen contohnya alat timbangan untuk pengukuran atau racikan obat puyer yang seharusnya enam bulan sekali dicek ke dinkes agar sesuai dengan kriteria.
- b. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak sehingga hasil lebih akurat.
- c. Diharapkan pada penelitian berikutnya perlu ditambahkan beberapa variabel baru yang berbeda diluar variabel yang telah kami teliti menyangkut keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.
www.apotek-k24.com
<https://www.apotek-k24.com/location/detail/id/261/K-24-MUH.-YAMIN>
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta. Jakarta
- Fure, H. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Harmani. 2008. *Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Turi Baru Surabaya*. Surabaya.
- Istiatin. 2016. *Metodologi Penelitian*. Surakarta: Arial Black Printing and Graphic Design Solo.
- Istiatin. 2017. *Metodologi Penelitian*. Surakarta.

- Amelia.2016. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Coffe Time Kopo Bandung*. Universitas Pasundan. Bandung
- Alreza. 2013. *Jurnal PengaruhKelengkapanProdukdanPelayananTerhadapKeputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro)*. Fakultas Ekonomi.Universitas Negeri Semarang
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Anwar, Iful dan Satrio Budhi. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, Volume 4 no.12.