

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Apotek Kamilah Di Kecamatan Palas)**

**Yuli Tertiyana Sari**<sup>1✉</sup>, Umar Sanusi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Kalianda

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Kamilah di Kecamatan Palas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah membeli di Apotek Kamilah Kecamatan Palas. Teknik pengambilan sampel menggunakan cara *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 99 yang diperoleh dari rumus *Slovin*. Uji validasi instrumen menggunakan *Person Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dilakukan menggunakan uji t dan secara simultan dilakukan menggunakan uji F. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dan variabel variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, Variasi Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.*

### **Abstract**

This research aims to determine the influence of service quality, product availability and product variety on consumer purchasing decisions at the Kamilah Pharmacy in Palas District. This research is quantitative research with a survey approach, where the population in this research is all consumers who have purchased at the Kamilah Pharmacy, Palas District. The sampling technique used the Accidental Sampling method with a total of 99 respondents obtained from the Slovin formula. The instrument validation test uses Person Product Moment, while the reliability test uses Cronbach Alpha and the classical assumption test. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient analysis and coefficient of determination analysis, partial hypothesis testing is carried out using the t test and simultaneously carried out using the F test. The calculation results show that partially the service quality variable has a positive effect on consumer purchasing decisions, the product availability variable has a positive effect on consumer purchasing decisions and the

product variety variable has a positive effect on consumer purchasing decisions. Simultaneously shows that the variables of service quality, product availability and product variety have a positive effect on consumer purchasing decision variables.

**Keywords:** *Service Quality, Product Availability, Product Variety, Consumer Purchasing Decisions.*

Copyright (c) 2025 Yuli Tertiyana Sari

✉ Corresponding author :

Email Address : [yulitertiyana@gmail.com](mailto:yulitertiyana@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang, persaingan di sektor bisnis sangatlah ketat dan tajam sehingga menyebabkan para pelaku usaha wajib bisa berlomba dalam memenangkan persaingan pasar. Adanya persaingan dalam dunia usaha memaksakan suatu pebisnis agar dapat memberikan perhatian besar kepada konsumen dengan cara menyediakan dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Seperti halnya dalam industri farmasi yang menjadi salah satu sektor utama sebagai pemenuhan akan kebutuhan kesehatan masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang No. 36 tahun 2009, yang dimaksud dengan kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap individu hidup produktif secara sosial dan ekonomis. Sedangkan menurut Perkins dalam Syahbudin *et al.* (2023:8) kesehatan merupakan keadaan seimbang serta dinamis antara struktur dan fungsi tubuh serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Mengacu pada penjelasan tersebut maka ditarik kesimpulan jika kesehatan tidak hanya terbebas dari penyakit, tetapi juga sejahtera secara mental dan sosial. Karena itu kesehatan perlu dijaga, karena jika kesehatan tidak baik maka seseorang akan kesulitan untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

Apotek merupakan bagian dari industri farmasi yang tidak hanya sebagai tempat untuk memperoleh obat-obatan, tetapi juga menjadi pusat layanan kesehatan yang menyediakan berbagai produk kesehatan dan layanan konsultasi. Dalam menarik perhatian konsumen suatu usaha dituntut harus bisa menciptakan produk atau jasa baru untuk dapat bertahan serta bersaing di pasaran. Adapun hal-hal tertentu yang harus diperhatikan sebelum menciptakan produk atau jasa yaitu seorang pebisnis harus tahu segmentasi serta target pasar yang dituju. Strategi pemasaran harus diterapkan dengan benar sehingga bisa menarik perhatian calon pelanggan untuk membuat suatu keputusan tentang pembelian. Persaingan yang kuat menjadi tantangan bagi dunia usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Maka dari itu, pebisnis wajib bisa mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan tertarik dalam mengonsumsi produk ataupun jasa yang akan diberikan oleh perusahaan.

Dalam tiap bisnis tingkat pelayanan merupakan hal yang diutamakan. Kualitas pelayanan adalah salah satu upaya penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Dalam hal memberikan pelayanan informasi tentang obat-obatan yang berkualitas dengan kemampuan dari masing-masing apotek mampu membuat konsumen merasa senang karena harapannya sesuai. kualitas layanan berhubungan dengan segala hal yang menyangkut pada usaha dalam mewujudkan keinginan serta kebutuhan pelanggan dengan kesesuaian dalam penyampaian sehingga terciptanya keselarasan yang sama dengan ekspektasi pelanggan (Sulistiyowati, 2018:25). Ada dua faktor

penting yang dapat mempengaruhi penentuan kualitas layanan itu sendiri, di antaranya yaitu *expected service* atau layanan yang diharapkan serta *perceived service* atau layanan yang dirasakan oleh pengguna layanan. Parasuraman yang dikutip dalam Algifari (2016:3) menjelaskan jika pelayanan yang didapatkan sesuai ekspektasi maka kualitas layanan tersebut sempurna. Begitu pun sebaliknya, apabila pelayanan yang didapatkan kurang dibanding pelayanan yang diinginkan, maka kualitas pelayanan dapat dinyatakan buruk. Dengan demikian, baik atau tidaknya suatu layanan ditentukan pada potensi penyedia layanan secara konsisten dalam memenuhi keinginan pelanggan (Febriyani *et al.*, 2019:186).

Pada strategi pemasaran, apotek juga harus memperhatikan ketersediaan produk karena pelanggan selalu memperhatikan ada atau tidak adanya produk yang dicari dan produk yang memiliki nilai yang dapat menarik minat mereka untuk membeli di tempat tersebut. Kepuasan akan memicu loyalitas dengan sendirinya dalam diri konsumen untuk melakukan pembelian berulang pada apotek yang ketersediaan produknya lengkap. Ketersediaan produk adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh bisnis agar penyampaian produk dapat berjalan lancar sehingga mudah untuk didapatkan, Bermen dan Evans (dalam Bulele, 2016:260). Menurut Emiri (2010:18) ketersediaan produk adalah upaya secara konsisten dan efektif dalam menyediakan apa yang menjadi keinginan pelanggan serta apa yang mereka harapkan dengan mudah sehingga dapat diterima oleh konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2012:25) variasi produk merupakan ketersediaan dari berbagai kategori produk dengan jumlah yang banyak, kesesuaian terhadap kesukaan serta hasrat produk yang selalu tersedia dan diperkenalkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan menurut Faradisa *et al.* (2016:5) variasi produk adalah suatu pendekatan bisnis dalam menganekaragamkan produk sehingga pelanggan bisa memperoleh barang yang diinginkan sesuai kebutuhan. Variasi produk adalah sesuatu yang wajib bagi bisnis untuk diperhatikan dan mempertinggi kualitas dari produknya. Bila suatu bisnis tidak memiliki variasi produk maka bisnis itu pastilah akan kalah saing terhadap bisnis lainnya.

Menurut P. Siagian dalam Haudi (2021:1) pengambilan keputusan merupakan teknik sistematis untuk menyelesaikan suatu masalah dengan mengumpulkan fakta serta data penelitian yang matang mengenai tindakan tersebut. Keputusan harus mampu menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan sebuah perencanaan. Aspek pembelian mencakup keputusan konsumen tentang barang apa yang akan dibeli, apakah akan membeli barang tersebut, kapan akan melakukan pembelian, di mana akan melakukan pembelian, serta bagaimana cara membayarnya (Sumarwan 2011:377). Berdasarkan pemahaman tersebut, pilihan mengenai suatu produk yang diinginkan untuk dibeli atau seperti apa cara kita membeli suatu barang atau jasa dengan menyelesaikan masalah yang ada dengan tegas. Memahami perilaku konsumen yang merespons positif menjadi suatu langkah penting untuk meningkatkan omzet bisnis pada usaha apotek.

Apotek Kamilah berada di JL. Raya Palas Sukaraja, Desa Bangunan, Kecamatan Palas, Lampung Selatan. Merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang kesehatan dalam penjualan alat kesehatan dan obat baik obat resep maupun non resep.

Perkembangan ilmu pengetahuan disertai dengan gaya mampu membuat preferensi dan kecenderungan konsumen terhadap merek atau jenis produk dapat berubah-ubah dan hal ini mempengaruhi tuntutan stok berbeda di apotek. Dengan ini, untuk bersaing dengan apotek besar yang memiliki kelengkapan produk, Apotek

Kamilah di Kecamatan Palas harus mampu mengelola stok yang tepat serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan apotek juga harus bisa meminimalkan risiko stok berlebihan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Apotek Kamilah di Kecamatan Palas)"

## **METODOLOGI**

### **Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Tujuan dari penelitian kuantitatif digunakan untuk mengembangkan serta menggunakan model matematika, teori atau hipotesis terkait fenomena yang diamati. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berbasis positivisme yang dipakai untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik dalam pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random atau kebetulan, pengumpulan datanya memakai instrumen penelitian, dan tujuan dari analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik adalah untuk menguji hipotesis yang sudah dibuat (Sugiyono, 2016:8).

Pendekatan survei diambil untuk menguji hipotesis tentang variabel yang diambil melalui data informasi yang telah didapatkan dari responden dengan memakai kuesioner. Menurut Sugiyono (2016:6) metode survei merupakan metode yang dilakukan untuk memperoleh data dari lokasi tertentu yang alamiah atau bukan buatan, namun peneliti menggunakan perlakuan dalam mengumpulkan data, seperti dengan menyebarkan kuesioner, *test*, wawancara yang terstruktur dan lainnya.

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Apotek Kamilah yang berada di Jl. Raya Palas Sukaraja, Desa Bangunan, Kecamatan Palas, Kabupaten Lampung Selatan.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan atribut, sifat maupun penilaian seseorang, obyek ataupun aktivitas yang memiliki variasi khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari lalu dapat diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel terikat (*dependen*) yaitu Keputusan Pembelian Konsumen (Y) dan variabel bebas (*independen*) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Ketersediaan Produk (X2), dan Variasi Produk (X3).

### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner yang telah diisi oleh konsumen Apotek Kamilah di Kecamatan Palas. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen terkait, seperti buku, jurnal, artikel, serta dokumentasi berupa foto yang mendukung keabsahan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian terdahulu untuk mengetahui aktivitas usaha berdasarkan tingkat pelayanan dan produk-produk yang tersedia di apotek. Wawancara dilakukan pada sumber yang layak dengan memakai aturan dalam memperoleh data yang sifatnya langsung untuk melengkapi data pendukung penelitian lainnya. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data yang akan di uji.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Instrumen Penelitian: Uji validasi dan uji reliabilitas.
2. Uji Asumsi Klasik: Uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.
3. Regresi Linier Berganda.
4. Koefisien Korelasi Berganda.
5. Koefisien Determinasi.
6. Uji Hipotesis: Uji parsial (t) dan uji simultan (F).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Instrumen Penelitian**

**1. Uji Validasi**

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan untuk memeriksa kesesuaian antara pernyataan dalam kuesioner dengan hubungan variabel.

**Tabel 1: Hasil Uji Validasi Instrumen**

Variabel	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,792	0,1663	Valid
	2	0,696	0,1663	Valid
	3	0,763	0,1663	Valid
	4	0,836	0,1663	Valid
	5	0,709	0,1663	Valid
Ketersediaan Produk (X2)	1	0,649	0,1663	Valid
	2	0,826	0,1663	Valid
	3	0,836	0,1663	Valid
	4	0,647	0,1663	Valid
	5	0,832	0,1663	Valid
Variasi Produk (X3)	1	0,855	0,1663	Valid
	2	0,779	0,1663	Valid
	3	0,789	0,1663	Valid
	4	0,840	0,1663	Valid
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	1	0,795	0,1663	Valid
	2	0,677	0,1663	Valid
	3	0,886	0,1663	Valid
	4	0,851	0,1663	Valid
	5	0,825	0,1663	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai yang didapatkan menunjukkan jika seluruh indikator yang dipakai dalam mengukur variabel kualitas pelayanan (X1),

ketersediaan produk (X2), variasi produk (X3) dan keputusan pembelian konsumen (Y) yang digunakan pada penelitian ini memiliki koefisien korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh alat ukur tersebut bisa dipercaya atau diandalkan. Kuesioner dikatakan handal apabila jawaban individu terhadap pertanyaan atau pernyataan yang sama atau tidak berubah dari waktu ke waktu.

**Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,815	0,600	Reliabel
Ketersediaan Produk (X2)	0,818	0,600	Reliabel
Variasi Produk (X3)	0,831	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	0,866	0,600	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 2 adalah hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing variabel yang telah diringkaskan. Uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,600 sehingga dapat disimpulkan jika keseluruhan konsep pengukuran dari masing-masing instrumen variabel reliabel yang berarti kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terbukti handal.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi antara masing-masing variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data yang telah didapatkan terdistribusi dengan normal, maka dapat diketahui melalui uji *Kolmogorov-Smirnov Test* melalui tabel berikut:

**Tabel 3: Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,14697113
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,059
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,105 <sup>c</sup>

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan jika variabel independen terhadap variabel dependen memiliki distribusi normal. Hal ini dibuktikan melalui nilai *Asymp. Sig* dengan perolehan nilai sebesar 0,105 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka disimpulkan jika data dalam penelitian ini terdistribusi normal, sehingga model regresi dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah model regresi teridentifikasi adanya masalah antar variabel independen. Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4: Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,262	1,118		,234	,815		
	Kualitas Pelayanan (X1)	,249	,080	,232	3,137	,002	,395	2,531
	Ketersediaan Produk (X2)	,203	,069	,205	2,960	,004	,450	2,224
	Variasi Produk (X3)	,679	,095	,541	7,165	,000	,377	2,650

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4 diperoleh hasil uji multikolinieritas variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dengan perolehan nilai *tolerance*  $0,395 \geq 0,1$  dan nilai VIF  $2,531 \leq 10$ . Variabel ketersediaan produk (X2) dengan perolehan nilai *tolerance*  $0,450 \geq 0,1$  dan nilai VIF  $2,224 \leq 10$ . Dan variabel variasi produk (X3) dengan perolehan nilai *tolerance*  $0,377 \geq 0,1$  dan nilai VIF  $2,650 \leq 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk tidak ada multikolinieritas dan model regresi layak digunakan untuk pengujian.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat perbedaan antara varians dari residual pada semua pengamatan dalam model regresi linier. Model regresi yang baik merupakan model yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dengan ketentuan nilai probabilitas signifikansi tingkat kepercayaan di atas 5% atau 0,05. Hasil dari pengujian glejser dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 5: Uji Heteroskedastisitas (Glejser)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,468	,673		3,669	,000
Kualitas Pelayanan	-,089	,048	-,289	-1,855	,067
Ketersediaan Produk	-,058	,041	-,203	-1,394	,166
Variasi Produk	,085	,057	,238	1,498	,137

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 5 diketahui dari uji heteroskedastisitas didapatkan nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,67, nilai signifikan variabel ketersediaan produk sebesar 0,166 dan nilai signifikan variabel variasi produk sebesar 0,137. Hasil nilai signifikan dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya pada model regresi linier tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 6: Hasil uji regresi linier berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,262	1,118		,234	,815
Kualitas Pelayanan	,249	,080	,232	3,137	,002
Ketersediaan Produk	,203	,069	,205	2,960	,004
Variasi Produk	,679	,095	,541	7,165	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Dari tabel 6 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,262 + 0,249 X_1 + 0,203 X_2 + 0,679X_3 + e$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda dijelaskan sebagai berikut:

- Besarnya nilai konstan regresi b1 adalah sebesar 0,262 yang di mana merupakan potongan garis regresi dengan sumbu Y yang menunjukkan rata-rata keputusan pembelian konsumen pada kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk.
- Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,249 menunjukkan jika nilai variabel kualitas pelayanan naik 1 poin, maka nilai dari variabel keputusan pembelian konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,249 dengan anggapan variabel lainnya sama dengan nol.
- Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,203 menunjukkan jika nilai variabel ketersediaan produk naik 1 poin, maka nilai dari variabel keputusan pembelian konsumen akan

- mengalami peningkatan sebesar 0,203 dengan anggapan variabel lainnya sama dengan nol.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,679 menunjukkan jika nilai variabel variasi produk naik 1 poin, maka nilai dari variabel keputusan pembelian konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,679 dengan anggapan variabel lainnya sama dengan nol.

### Hasil Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis kekuatan korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien korelasi berganda dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 7: Hasil uji koefisien korelasi berganda**

Model Summary									
Model	R	R Square	Std. Error		Change Statistics			Sig. F	
			Adjusted R Square	of the Estimate	R Square Change	F Change	df1		df2
1	,892 <sup>a</sup>	,795	,789	1,165	,795	123,096	3	95	,000

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Ketersediaan Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai hubungan variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ) dan ( $X_3$ ) dengan variabel ( $Y$ ) adalah sebesar 0,892. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi  $r$  berada pada rentang 0,80 – 0,100 yang berarti tingkat hubungan kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk secara simultan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian konsumen.

### Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) digunakan pada penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam bentuk persentase. Hasil uji koefisien determinasi melalui tabel berikut:

**Tabel 8: Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,892 <sup>a</sup>	,795	,789	1.165

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk ( $X_1$ ), Ketersediaan Produk ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan( $X_3$ )

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen ( $Y$ )

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,789 dengan ini dapat diartikan bahwa 78,9% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk. Sementara sisanya yaitu 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (t)

Uji t atau parsial merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Pengujian hipotesis menggunakan uji parsial ini digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh dari variabel independen yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 9: Hasil Uji Parsial ( $t_{hitung}$ )**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,262	1,118		,234	,815
	Kualitas Pelayanan (X1)	,249	,080	,232	3,137	,002
	Ketersediaan Produk (X2)	,203	,069	,205	2,960	,004
	Variasi Produk (X3)	,679	,095	,541	7,165	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

a. Uji Hipotesis 1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui hasil untuk uji variabel X1 (kualitas pelayanan) dengan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,137 dan tingkat signifikansi yaitu 0,002 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,66088. Hal ini diartikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga hipotesis 1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa arah koefisiensi regresi positif yang signifikan yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen terbukti kebenarannya.

b. Uji Hipotesis 2 (Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui hasil untuk uji variabel X2 (ketersediaan produk) dengan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,960 dan tingkat signifikansi yaitu 0,004 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,66088. Hal ini diartikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga hipotesis 2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa arah koefisiensi regresi positif yang signifikan yang artinya bahwa variabel ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen terbukti kebenarannya.

c. Uji Hipotesis 3 (Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui hasil untuk uji variabel X3 (variasi produk) dengan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,165 dan tingkat signifikansi yaitu 0,000 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,66088. Hal ini diartikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga hipotesis 3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa arah koefisiensi regresi positif yang signifikan yang artinya bahwa variabel

variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen terbukti kebenarannya.

## 2. Hasil Uji Simultan (F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur ada atau tidak adanya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan ketentuan jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan sebaliknya jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_o$  diterima. Hasil uji F dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 10: Hasil Uji Simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501,158	3	167,053	123,096	,000 <sup>b</sup>
	Residual	128,923	95	1,357		
	Total	630,081	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk ( X3), Ketersediaan Produk (X2), (Kualitas Pelayanan (X1))

Sumber: Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel 10 analisis varian (Anova),  $F_{hitung}$  yang digunakan untuk menentukan kontribusi dari bagian variabel kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil perhitungan uji F yang telah tersaji dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 123,096 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Jika nilai  $df_1 = 3$  maka  $df = n - k - 1 = 99 - 3 - 1 = 95$ , maka didapatkan nilai  $F_{tabel}$  yaitu 2,70 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Kamilah di Kecamatan Palas.
2. Secara parsial ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Kamilah di Kecamatan Palas.
3. Secara parsial variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Kamilah di Kecamatan Palas.
4. Secara simultan kualitas pelayanan, ketersediaan produk dan variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Kamilah di Kecamatan Palas.

## Referensi :

- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan*. bpef.
- Bulele, E. Y. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal*

- Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), Hal.258-269.
- Emiri, D. (2010). Analisis Pengaruh Citra Merk, Ketersediaan Produk, Harga, Dan Jangkauan Terhadap Perpindahan Merk (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Pra Bayar Simpati di Kota Semarang). In *Jurnal Repobed Undip*. Universitas Diponegoro.
- Faradisa, I., Budi H, L., & M Minarsih, M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Indonesia Coffeeshop Semarang (Icos Cafe). *Jurnal Of Management*, 2(2).
- Febriyani, N. L., Berlian, N. A., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 185-195.
- Haudi. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan* (H. Wijoyo (ed.)). Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jilid 1). Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA PRESS.
- Syahbudin, A., Wardhana, A. A., Herawati, S., & Purwanti, E. (2023). *BAKTI SOSIAL KESEHATAN DONOR DARAH DALAM RANGKA MEMPERINGATI HUT KOWAL KE 60 TAHUN 2023*. 1(2), 7-11.