

Norman Suprayogi

Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen

Email : norman.suprayogi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program *SPSS 26 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa item pertanyaan setiap variabel valid dan reliabel. Berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen, keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen, kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen. Hasil uji simultan (uji F) juga menunjukkan bahwa penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 55,% yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality, product diversity, and reference groups on consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen. The research used descriptive qualitative method. The sample in this study used a purposive sampling method with a total sample of 100 people. Methods of data collection using a questionnaire. The data analysis used is instrument validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination using *SPSS 26 for Windows*. The results of this study indicate that the question items for each variable are valid and reliable. Based on the partial test (t test) the results show that service quality has a positive effect on consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen, product diversity has a positive effect on consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen, the reference group has a positive effect on consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen. Simultaneous test results (F test) also show that this study has a joint effect on consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen. The results of the coefficient of determination in this study were 55.% which could influence consumer purchasing decisions at Apotek Bregas Kebumen.

Keywords: service quality, product diversity, reference groups, purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

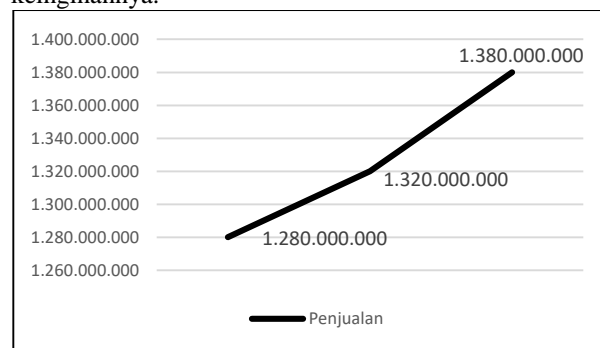
Sejak ditetapkannya wabah COVID-19 (Coronavirus Disease 2019) sebagai pandemi global oleh WHO (World Health Organization), virus COVID-19 telah menginfeksi banyak masyarakat di berbagai belahan dunia. Dalam hitungan bulan, wabah COVID-19 telah mengakibatkan krisis di berbagai negara. Pada tanggal 20 Oktober 2021 setidaknya tercatat ada 462.124 kasus baru di seluruh dunia (<https://ourworldindata.org>). Kasus positif COVID-19 di Indonesia pertama kali muncul pada tanggal 14 Februari 2020. Pasien terinfeksi dari WNA Jepang yang baru saja berkunjung ke Indonesia. Setelah 39 hari sejak pertama kali ditemukan kasus positif COVID-19, virus corona dinyatakan telah menyebar ke seluruh provinsi di Indonesia. Berdasarkan data dari situs <https://covid19.go.id> pada bulan April 2020 jumlah kasus positif mingguan telah terkonfirmasi sebanyak 10.118 kasus dan terus mengalami kenaikan. Hingga pada bulan Oktober 2021 sudah tercatat sebanyak 4.246.802 kasus di Indonesia.

Fasilitas kesehatan memiliki peran penting dan dibutuhkan oleh masyarakat terutama pada kondisi pandemi COVID-19 seperti saat ini. Fasilitas pelayanan kesehatan menurut Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2016 adalah suatu alat dan/atau tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan kesehatan, baik promotif, preventif, kuratif maupun rehabilitatif yang dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat. Jenis-jenis fasilitas pelayanan kesehatan terdiri dari atas tempat praktik mandiri tenaga kesehatan, puskesmas, klinik, rumah sakit, apotek, unit transfusi darah, laboratorium kesehatan, optikal dan fasilitas pelayanan kesehatan tradisional. Fasilitas kesehatan diperlukan untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang baik, salah satu fasilitas kesehatan yang mudah dijangkau bagi seluruh lapisan masyarakat adalah apotek.

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh Apoteker (Permenkes RI Nomor 9 Tahun 2017). Apotek merupakan tempat pelayanan kesehatan yang berhubungan mengenai kefarmasian seperti obat, bahan obat, obat tradisional, alat kesehatan dan kosmetika yang ditujukan untuk masyarakat umum. Apotek juga merupakan sarana distribusi yang bersifat dwifungsi yaitu fungsi ekonomi dan sosial. Fungsi ekonomi menuntut agar apotek memperoleh laba untuk menjaga keberlangsungan usaha, sedangkan fungsi sosial adalah untuk pemerataan distribusi dan sebagai salah satu tempat pelayanan informasi obat kepada masyarakat.

Apotek Bregas merupakan salah satu sarana apotek di Kabupaten Kebumen yang menawarkan dan menjual obat-obatan baik resep dokter ataupun penjualan obat secara langsung dan produk alat kesehatan. Apotek Bregas terletak di lokasi yang strategis yaitu di Jalan Pemuda No. 172 Kebumen. Dewasa ini terdapat peningkatan jumlah penyelenggaraan sarana dan praktek kesehatan, khususnya sarana apotek. Terdapat beberapa sarana apotek di Kecamatan Kebumen yang lokasinya

saling berdekatan. Adanya apotek dengan jarak yang saling berdekatan dalam satu lokasi ini dikarenakan penghapusan Keputusan Kementerian Kesehatan RI No.278/Menkes/SK/V/1981 mengenai jarak lokasi antar sarana apotek. Hal ini menjadikan konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan apotek dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi yang mudah strategis dan harga yang terjangkau, sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan antara produk yang serupa dan memilih apotek mana yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya.



Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Gambar 1. Capaian Penjualan Apotek Bregas Tahun 2018 – 2020

Gambar 1 menunjukkan bahwa capaian penjualan Apotek Bregas mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adanya pandemi COVID-19 pada tahun 2020 berdampak pada kenaikan penjualan. Beberapa produk yang turut menyumbang peningkatan penjualan ini diantaranya adalah obat penurun panas, obat flu batuk, antibiotik, multivitamin, masker, nebulizer, tabung oksigen serta pengisian ulang oksigen.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap perilaku pembelian, khususnya pada keputusan pembelian konsumen. Peneliti telah melakukan mini riset kepada 30 orang responden untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Apotek Bregas.

Tabel 1. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian di Apotek Bregas

Faktor	Jumlah Responden	Persentase
Kualitas Pelayanan	13	43,33%
Keragaman Produk	9	30%
Kelompok Referensi	6	20%
Variabel lain	2	6,67%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data Mini Riset, 2021.

Berdasarkan hasil mini riset awal yang dilakukan oleh penulis kepada 30 orang responden di Apotek Bregas diperoleh data faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi.

Menurut Assauri (2010:141) keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian, yang meliputi penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut didasarkan atas hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Berdasarkan hasil mini riset yang

telah dilakukan oleh peneliti keputusan pembelian konsumen di Apotek Bergas dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi.

Kotler dan Keller (2012: 83) mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Sebagai perusahaan penyedia jasa pelayanan kesehatan, apotek haruslah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kualitas pelayanan dapat dijadikan tolak ukur kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa senang apabila kualitas pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan yang konsumen harapkan. Berdasarkan hasil mini riset yang telah penulis lakukan di Apotek Bregas konsumen merasakan bahwa Apotek Bregas memberikan pelayanan yang baik, karyawan melayani konsumen dengan ramah dan memberikan informasi obat-obatan secara jelas.

Pengertian keragaman produk menurut Kotler & Keller (2012:25) keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Menurut konsumen yang telah melakukan pembelian Apotek Bergas memiliki ragam produk yang bervariasi dan produk yang diinginkan konsumen tersedia.

Kelompok referensi menurut Schiffman dan Kanuk, (2008:292) merupakan setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku. Kotler dan Keller (2013) menjelaskan bahwa kelompok referensi mempengaruhi anggota kelompok dengan tiga cara, yaitu memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk mereka. Beberapa konsumen yang telah melakukan pembelian obat-obatan atau alat kesehatan di Apotek Bregas mendapat rekomendasi dari keluarga, teman, atau tetangga untuk membeli di Apotek Bregas, selain itu adanya rekomendasi tenaga kesehatan seperti dokter juga menjadi alasan mereka melakukan pembelian.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
3. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
4. Apakah kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?

Batasan Masalah

1. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok

referensi terhadap keputusan pembelian obat bebas pada Apotek Bregas.

2. Usia responden minimal 18 tahun dengan alasan memberikan pendapat yang objektif.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas?

Manfaat Penelitian

Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai sumbangan ilmiah terutama bagi akademik yang ingin menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, kelompok referensi dan keputusan pembelian. Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan.

Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai masukan dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (2016: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian mempunyai empat dimensi, yaitu kemantapan pada suatu barang atau jasa, kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pengertian kualitas menurut Manajemen Pemasaran adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Parasuraman et. al. dalam Fleischman et. al. (2017) terdapat lima dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan

(*assurance*), perhatian (*attention*), bukti langsung (*tangibles*).

Keragaman Produk

Kotler dan Keller (2013:42) mendefinisikan keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Terdapat empat indikator keragaman produk menurut Menurut Utami (2015) yaitu variasi merek produk, variasi ukuran produk, variasi kelengkapan produk, variasi kualitas produk.

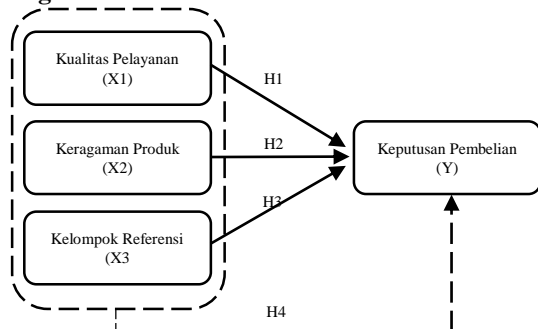
Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan (2015:305) kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Engel et. al. (2001:53) menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi untuk mengukur kelompok referensi, yaitu pengetahuan kelompok referensi, kredibilitas kelompok referensi, pengalaman dari kelompok referensi, keaktifan kelompok referensi, daya tarik kelompok referensi.

Penelitian Terdahulu

1. Ryan Kurniawan dan Riki Matahari (2022), tentang Pengaruh *Service Quality* dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Berbelanja di Lotte Mart yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Yusuf Suhardi, Achmad Syachroni, Agustina Burda, dan Raya Darmawan (2020), tentang Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Muhammad Rayhan Fauzan dan Gugy Susandy (2021), tentang Reference Group And Utilitarian Shopping Motivation And Online Purchase Decision Of Fashion Products In Tokopedia Marketplace yang menyatakan bahwa Kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian online.

Kerangka Teoritis



Gambar 2. Kerangka Teoritis

Hipotesis

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek Bregas Kebumen.
- H2 : Keragaman Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek Bregas Kebumen.
- H3 : Kelompok Referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek Bregas Kebumen.
- H4 : Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Kelompok Referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek Bregas.

METODE

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli obat bebas di Apotek Bregas Kebumen dengan jumlah responden 100 orang.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi sebagai variabel bebas (*independent*). Variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*dependent*).

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuisioner. Teknik ini merupakan tehnik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga mudah dijawab. Skala yang digunakan adalah berdasarkan pada model skala Likert yang telah dimodifikasi dengan jawaban alternatif: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data

Data menurut Sugiyono (2017) adalah informasi yang diakui kebenarannya dan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Sugiyono (2017:139) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Alat yang digunakan untuk mencari data primer adalah dengan mengamati objek langsung dan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Data sekunder menurut Sugiyono (2017:139) merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Wawancara

Menurut Bungin (2013:126) metode wawancara yaitu sebuah proses pertemuan antara dua belah pihak untuk memperoleh keterangan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka satu sama lain antara pewawancara dan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara.

Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2017:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Apotek Bregas.

Sampel

Sugiyono (2017:81) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis Statistika

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dihitung dengan taraf signifikansi 5% dan n sesuai dengan jumlah responden, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka dapat dinyatakan item tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ atau 60%, maka hasil dari kuesioner tersebut bisa dikatakan reliabel atau andal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan dengan analisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram dan melihat normal probability plot serta analisis statistik yaitu dengan uji statistik *non parametric Kolmogorov-Smirnov*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2018:107) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *variance inflation factor* (VIF) < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menguji ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dalam penelitian yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika grafik *scatterplot* tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar satu variabel independen terhadap variabel dependen. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018:98) uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Ghozali (2018:98) menyatakan bahwa uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen

secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima.

5. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17 – 22 tahun	10	10%
2	22 – 30 tahun	32	32%
3	31 – 40 tahun	24	24%
4	41 – 50 tahun	16	16%
5	51 – 60 tahun	9	9%
6	> 60 tahun	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PNS	12	12%
2	Wiraswasta	7	7%
3	Karyawan Swasta	39	39%
4	Mahasiswa/Pelajar	10	10%
5	IRT	12	12%
6	Lainnya	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< Rp. 500.000	26	26%
2	Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000	27	27%
3	Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000	21	21%

4	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	16	16%
5	> Rp. 5.000.000	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Analisis Statistika

Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir	r tabel	r hitung	Status
1	0,1966	0,667	Valid
2	0,1966	0,691	Valid
3	0,1966	0,656	Valid
4	0,1966	0,704	Valid
5	0,1966	0,598	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Keragaman Produk

Butir	r tabel	r hitung	Status
1	0,1966	0,768	Valid
2	0,1966	0,845	Valid
3	0,1966	0,820	Valid
4	0,1966	0,554	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi

Butir	r tabel	r hitung	Status
1	0,1966	0,845	Valid
2	0,1966	0,723	Valid
3	0,1966	0,879	Valid
4	0,1966	0,814	Valid
5	0,1966	0,739	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Butir	r tabel	r hitung	Status
1	0,1966	0,572	Valid
2	0,1966	0,758	Valid
3	0,1966	0,826	Valid
4	0,1966	0,821	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Uji Reliabilitas

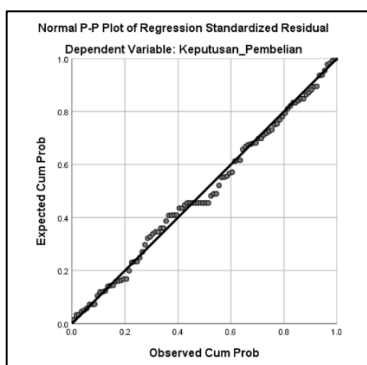
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan	0,673	Reliabel
Keragaman Produk	0,747	Reliabel
Kelompok Referensi	0,859	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,728	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-P Plot

Pada gambar 3 hasil uji normalitas dengan grafik P-P Plot memberikan penjelasan lengkungnya menunjukkan bentuk P-P Plot disekitar garis regresi. Grafik P-P Plot diatas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian, bahwa model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik histogram dan grafik P-P Plot perlu diperkuat dengan uji statistik. Uji statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorof-Smirnov*

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.02001901
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.066
	<i>Positive</i>	.066
	<i>Negative</i>	-.046
<i>Test Statistic</i>		.066
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11 diketahui bahwa hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

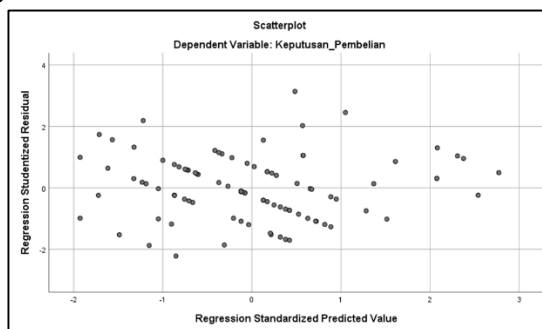
Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kualitas Pelayanan	0,687	1,455
Keragaman Produk	0,664	1,507
Kelompok Referensi	0,794	1,259

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 12 terlihat bahwa semua variabel yaitu kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua

variabel tidak terjadi gejala multikolinearitas dan model regresi dapat digunakan.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4 memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	1.936	1.014		1.910	.059
Kualitas Pelayanan	.172	.070	.197	2.444	.016
Keragaman Produk	.293	.075	.320	3.890	.000
Kelompok Referensi	.272	.048	.429	5.702	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 13 dengan memasukan nilai *Unstandardized Coefficient*, maka model regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y = 1,936 + 0,172 X_1 + 0,293 X_2 + 0,272 X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 14. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	1.936	1.014		1.910	.059
Kualitas Pelayanan	.172	.070	.197	2.444	.016
Keragaman Produk	.293	.075	.320	3.890	.000
Kelompok Referensi	.272	.048	.429	5.702	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 14 variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Apotek Bregas. Hal ini dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,98498 dan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk,

dan kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 15. Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.237	3	45.412	42.325	.000 ^b
	Residual	103.003	96	1.073		
	Total	239.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kelompok_Referensi, Kualitas_Pelayanan, Keragaman_Produk

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 15 nilai $F_{hitung} 42,325 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 16. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.569	.556	1.036

a. Predictors: (Constant), Kelompok_Referensi, Kualitas_Pelayanan, Keragaman_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 16 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,556 yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kelompok referensi sebesar 55,6% sedangkan sisanya 44,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

PENUTUP

Simpulan

1. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Apotek Bregas Kebumen.
2. Variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen.
3. Variabel kelompok referensi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen.
4. Variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan kelompok referensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Apotek Bregas Kebumen.

Saran

1. Apotek Bregas diharapkan lebih menjaga kebersihan dan kerapihan baik ruangan serta etalase yang digunakan untuk display produk sehingga dapat

memberikan kenyamanan bagi konsumen. Kondisi ruangan yang bersih dan rapih akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan Apotek Bregas sehingga akan melakukan pembelian ulang.

2. Apotek Bregas perlu menambah produk pelengkap dari produk utama baik produk obat-obatan dan alat kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keinginan dan kebutuhan konsumen harus dapat dipenuhi oleh perusahaan, hal ini perlu dijadikan perhatian karena konsumen merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan. Konsumen akan kembali membeli jika produk yang mereka cari tersedia.
3. Apotek Bregas perlu melakukan promosi secara gencar baik promosi langsung maupun tidak langsung. Perusahaan dapat melakukan kerjasama dengan instansi pemerintah, swasta, sekolah atau universitas dan tenaga kesehatan yang ada di wilayah Kabupaten Kebumen. Selain itu Apotek Bregas dapat menjalin kerjasama dengan influencer atau tenaga ahli untuk melakukan promosi melalui media sosial. Konsumen akan percaya dengan pendapat yang diberikan oleh influencer atau tenaga ahli, hal ini dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain pada penelitian yang serupa seperti variabel citra toko, lokasi, atau kelengkapan produk agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi terbentuknya keputusan pembelian konsumen di Apotek Bregas Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. 2021. "Keputusan Pembelian Secara Online Berdasarkan Kelompok Referensi, Keluarga serta Peran dan Status". *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 2(2), 529–539. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i2.1751>
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. 2017. *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2017- Apotek*.

- Diakses pada 20 Oktober 2021 dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/111973/permenkes-no-9-tahun-2017>
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2016 - Fasilitas Pelayanan Kesehatan*. Diakses pada 20 Oktober 2021 dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5768/pp-no-47-tahun-2016>
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Kebumen. 2021. *Kabupaten Kebumen Dalam Angka 2021*. Diakses pada 28 Oktober 2021 dari <https://kebumenkab.bps.go.id/publication/2021/20/26/91d54df4f4576a1e1b7e9d24/kabupaten-kebumen-dalam-angka-2021.html>
- Benson. 2007. *Keragaman Produk Cetakan Keempat*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Buchari, A. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesembilan*. Bandung: Alfabeth.
- Bungin, B. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dadang, S. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 2*. Jakarta: Erlangga.
- Fauzan, M., & Susandy, G. 2021. "Decision Of Fashion Products In Tokopedia Marketplace". *Marketing Management Studies*, Volume 1, 1–14.
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Fitrianiingsih, Damanik, A. Z., & Zuliany R. 2022. "Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Volume 5 Nomor 1, 478-485.
- Fleischman, G., Johnson, E., & Walker, K. 2017. "An Exploratory Examination of Management Accounting". *Jurnal Management Accounting*, 11-31.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, H., & Prasetyo, J. 2020. "The Influence of Service Quality towards the Customer Satisfaction of XYZ Bank at Gajah Mada Branch Office in West Jakarta". *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, Volume 5, 160-164.
- Hadi, S. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hannah Ritchie, Edouard Mathieu, Lucas Rodés-Guirao, Cameron Appel, Charlie Giattino, Esteban Ortiz-Ospina, Joe Hasell, Bobbie Macdonald, Diana Beltekian & Max Roser. 2020. *Coronavirus Pandemic (COVID-19)*. Diakses pada 20 Oktober 2021 dari <https://ourworldindata.org/coronavirus>.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat: Jakarta.
- _____. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition Harlow*. English: Pearson Education.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2014. *Principle of Marketing 14 Edition*. England: Pearson Education, Inc

- _____. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, N., Ramesh, H., & Raviraja, S. 2020. "Reference Groups and Opinion Leadership Effect on Purchase Decision of Consumer Durables". *Bioscience Biotechnology Research Communications*, 27-33.
- R. Kurniawan & R. Matahari. 2022. "Pengaruh Service Quality dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Berbelanja di Lotte Mart". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Volume 4 Nomor 9, 3826 – 2833.
- Le, Quang Hung, Nguyen, Luu., & Pham, Ngoc. 2019. "The Impact of Click and Collect's Service Quality on Customer Emotion and Purchase Decision: A Case Study of Mobile World in Vietnam". *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 6 No 1, 195-203.
- Peter, J., & Jerry C., O. 2010. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspitadewi, I. C., & Rachman, M. M. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo". *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, Volume 1 Nomor 1, 384-390.
- Riduwan, & Sunarto, H. 2012. *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, S. 2013. *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Santosa. Alicia D., & Indyra Dwi C. 2020. "Pengaruh Personal Selling Dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 6 Nomor 1, 67-73.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. 2021. *Data Sebaran COVID-19*. Diakses pada 20 Oktober 2021 dari <http://covid19.go.id>
- Schiffman, & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Index.
- Schiffman, Leon, G., & Kanuk, L. 2014. *Consumer Behavior 7th. Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Index.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Budra, A., & Darmawan, R. 2020. "Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta)". *Jurnal STIE Ekonomi*, Volume 29, 17-30.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Syachroni, A. 2020. "The Influence Of Product Diversity, Price Perception, And Service Quality On Customer Purchase Decisions In Transmart Carrefour Cempaka Putih". *Jurnal STEI Ekonomi*, Volume XX Nomor XX, 1-18.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Service Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tran, Van Dat. 2020. "Assessing the effects of service quality, experience value, relationship quality on behavioral intentions". *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Volume 7, 167–175. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.167>

Utami, C. W. 2015. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.