

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi

Shelvi Salsabila, Priangga Eko Saputra[✉] & Elok Rosyidah

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Metode penelitian menggunakan kuisioner terhadap 80 responden konsumen. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil model regresi diperoleh $Y = 1,835 + 0,313 X_1 + 0,191 X_2 + 0,359 X_3$. Koefisien determinasi mencapai 0.479%, artinya 47,9% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sementara sisanya (52,1%) kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *potongan harga, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian*

Abstract

This research aims to examine and analyze the influence of Price Discounts, Product Completeness, and Service Quality on Purchase Decisions at Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. The research method involved the use of questionnaires administered to 80 consumer respondents. The results of multiple linear regression analysis indicate that Price Discounts, Product Completeness, and Service Quality, both partially and simultaneously, have a positive and significant impact on Purchase Decisions. The regression model yields the equation $Y = 1.835 + 0.313 X_1 + 0.191 X_2 + 0.359 X_3$. The coefficient of determination reaches 47.9%, meaning that 47.9% of the variation in Purchase Decisions can be explained by the three independent variables, while the remaining 52.1% may be influenced by other factors not considered in this study.

Keywords: *price discounts, product completeness, service quality, purchase decisions*

Copyright (c) 2024 **Shelvi Salsabila**

✉ Corresponding author :

Email Address : anggasaputra1622@gmail.com

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian melibatkan konsumen yang mengenali masalah, mencari referensi informasi, mengevaluasi produk alternatif, dan akhirnya melakukan pembelian yang memuaskan (Tjiptono, 2014). Keputusan ini menciptakan motivasi yang berkelanjutan pada individu, memunculkan keinginan kuat saat memenuhi kebutuhan melalui pembelian produk berdasarkan pertimbangan konsumen (Hurin & Sofi, 2023; Lagautu et al., 2019; Vidyawati & Rosyidah, 2022). Keputusan pembelian konsumen juga berperan penting dalam daya saing bisnis, dengan tujuan memenangkan persaingan pasar (Puspika & Sitorus, 2023). Kehadiran pembeli sendiri menjadi krusial dalam kesuksesan perusahaan, berkontribusi pada peningkatan profit hasil dari pembelian produk oleh konsumen (Prabarini et al., 2018).

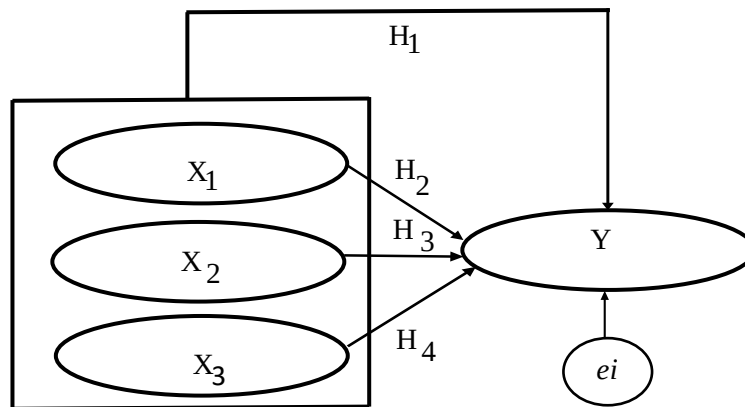
Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian melibatkan potongan harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan. Dijelaskan (Simamora, 2010) bahwa potongan harga merupakan insentif tunai yang menarik bagi konsumen, mendorong kepuasan, dan kenyamanan berbelanja, mendorong pembelian ulang (Apriliani et al., 2022). Diskon efektif menarik perhatian pelanggan dengan cepat. Studi terbaru (Famelia et al., 2022) menegaskan bahwa potongan harga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi, potongan harga berubah setiap bulan berdasarkan minat pembeli, dengan durasi tertentu. Data produk potongan harga di Apotek Kimia Farma Blambangan dari September – November 2023 tersedia di bawah.

Selain potongan harga, kelengkapan produk juga memainkan peran dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kotler (2008) menekankan bahwa meningkatkan kualitas kelengkapan produk, seperti atmosfer dan tata letak produk yang menarik, serta variasi jenis produk, dapat menarik minat konsumen (Saputra et al., 2020). Ketersediaan produk lengkap di toko memenuhi kebutuhan konsumen, mendorong kesetiaan pelanggan, dan mencapai tujuan perusahaan (Maharaja et al., 2022). Fenomena kelengkapan produk di Apotek Kimia Farma Blambangan terlihat dalam kekurangan produk obat dan vitamin. Hasil survei lapangan menunjukkan keinginan konsumen untuk produk tertentu namun stok kosong. Berdasarkan penelitian (Nofrizal et al., 2021), kelengkapan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor ketiga, yaitu kualitas pelayanan, memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian. Layanan sebagai kepuasan yang dijual ditentukan oleh kualitas dan ketersediaan layanan seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan (Widia & Nofirda, 2021). Kualitas layanan dianggap baik jika sesuai dengan harapan pelanggan (Indrasari, 2019). Keseimbangan antara kebutuhan dan harapan pelanggan menciptakan kepuasan. Kualitas pelayanan di Apotek Kimia Farma diperwujudkan dengan memberikan layanan sesuai harapan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan peluang pembelian ulang (Suyanto et al., 2021). Fenomena kualitas pelayanan terlihat dalam kesulitan pembelian online melalui WhatsApp, kurangnya spesifikasi untuk layanan online, menyebabkan respon lambat. Penelitian sebelumnya (Nurjamilah et al., 2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Penelitian ini memilih Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi sebagai fokus karena adanya fenomena potongan harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan yang memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian

berjudul 'Pengaruh Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi dilakukan untuk menggali lebih lanjut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan :

- X1 : Variabel Potongan Harga
- X2 : Variabel Kelengkapan Produk
- X3 : Variabel Kualitas Pelayanan
- Y : Variabel Keputusan Pembelian

Penelitian Nurjamilah, dkk (2023) tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kopima Aja menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Apriliani et al., 2022; Nurjamilah et al., 2023). Prabarini, dkk (2018) menyimpulkan dari penelitiannya mengenai Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga pada Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri, bahwa Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan (Prabarini et al., 2018). Sementara penelitian Maharaja, dkk (2022) mengenai Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk pada Keputusan Pembelian Toko Bangunan Johor Mas Medan menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Maharaja et al., 2022). Dari hasil tersebut, peneliti menetapkan hipotesis pertama pada penelitian ini, yaitu:

H1: Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan penelitian Famelia, dkk (2022) tentang Pengaruh Digital Marketing dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, terungkap bahwa Potongan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Famelia et al., 2022). Sementara itu, penelitian Nainggolan dan Parinduri (2020) mengenai Pengaruh Potongan Harga dan Bonus terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan menunjukkan bahwa Potongan Harga secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Nainggolan & Parinduri, 2020). Demikian pula, hasil penelitian Pasuhuk, dkk (2022)

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

mengenai Pengaruh Diskon Harga, Lifestyle, dan Relationship Marketing pada Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Merek Toyota Cayla di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado menunjukkan bahwa Diskon Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Pasuhuk et al., 2022). Oleh karena itu, peneliti menetapkan hipotesis ketiga pada penelitian ini, yaitu:

H2: Potongan Harga (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Sebelumnya, penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di B2 Variasi Motor Jombang, terungkap bahwa Kelengkapan Produk secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Zulkifli & Anah, 2021). Sementara itu, penelitian tentang Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Guardian Store Pekanbaru menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Widia & Nofirda, 2021). Oleh karena itu, peneliti menetapkan hipotesis ketiga pada penelitian ini, yaitu:

H3: Kelengkapan Produk (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan penelitian Susanti, dkk (2020) mengenai Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkuh di Kabupaten Badung (Susanti et al., 2021), terungkap bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula, penelitian mengenai Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Konsumen terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari Department Store Matos menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Lagautu et al., 2019). Sholihat (2018) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie juga menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sholihat & Rummyeni, 2018). Oleh karena itu, peneliti menetapkan hipotesis keempat pada penelitian ini, yaitu:

H4: Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

METODOLOGI

Penelitian ini diselenggarakan di Apotek Kimia Farma Blambangan yang terletak di Jl. Basuki Rahmat No. 69, Singotrunan, Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, 68414. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan peneliti untuk mendalami dampak Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi yang dianalisis dengan teknik regresi linear ganda (Sugiyono, 2019).

Penelitian kuantitatif ini fokus pada aspek pengumpulan dan pemilihan data, definisi operasional, serta pengukuran variabel (Iswahyudi & Saputra, 2020). Metode penelitian melibatkan teknik analisis data yang mendalam untuk menyajikan temuan yang akurat dan bermakna. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel merupakan

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian ini, populasi mencakup semua pengunjung di Apotek Kimia Farma Blambangan, dengan jumlah yang tidak diketahui. Variabel dalam penelitian ini ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 20×4 (variabel) = 80 orang (Sugiyono, 2019). Sample dipilih secara acak (*simple random sampling*) sehingga anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dimana teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2019).

Tabe; 1. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan konsumen dalam lima tahap, yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2012)	a. Pilihan merek obat dan vitamin yang beragam. b. Kemudahan dalam memperoleh produk. c. Jumlah pembelian. d. Ketersediaan layanan pembelian di berbagai waktu tanpa kesulitan. (Kotler & Keller, 2012)
2	Potongan Harga (X1)	Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu yang dilakukan oleh pembeli (Tjiptono & Diana, 2020)	a. Besarnya potongan harga yang memberikan arti signifikan bagi konsumen b. Masa potongan harga dengan periode diskon yang cenderung berlangsung lama, sekitar 1 bulan. c. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga, mencakup beragam jenis produk (Baskara, 2015)
3	Kelengkapan Produk (X2)	Kelengkapan produk melibatkan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, serta ketersediaan produk yang tetap terjaga setiap saat di toko (Utami, 2010)	a. Menyajikan keberagaman produk yang sangat lengkap. b. Terdapat variasi produk c. Ketersediaan produk yang memadai

No.	Variabel	Definisi	Indikator
			d. 4) menawarkan berbagai macam pilihan merek produk kepada konsumen (Utami, 2010)
4	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan harus bermula dari pemahaman akan kebutuhan pelanggan dan mencapai puncaknya pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan menjadi penilaian komprehensif terhadap keunggulan suatu layanan (Kotler & Keller, 2012)	a. Penampilan karyawan rapi. b. Karyawan sigap dalam menanggapi keluhan. c. Tanggap dalam menjelaskan produk. d. Kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan. e. Pemberian perhatian tulus dalam melayani keluhan konsumen. ((Parasuraman et al., 1998)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini difokuskan pada pengujian dampak Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Tahapan dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, dilanjutkan dengan penemuan teori asumsi klasik (multikolinearitas, heteroskedastisitas dan normalitas data), serta penentuan model regresi dan pengujian hipotesis. Proses ini merinci validitas dan keandalan instrumen penelitian sebelum memeriksa kesesuaian dengan teori klasik dan menentukan model regresi (Ghozali, 2018). Selanjutnya, pengujian hipotesis membuktikan atau menolak dugaan penelitian.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Instrumen

Variabel	Item	r-tabel	r-hitung	Sig.	Ket.
Potongan Harga (X ₁)	X _{1.1}	2199 0,2199	0,950	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,2199	0,949	0,000	Valid
	X _{1.3}		0,921	0,000	Valid
Kelengkapan Produk (X ₂)	X _{2.1}	2199 0,2199	0,831	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,2199	0,887	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,2199	0,852	0,000	Valid
	X _{2.4}		0,838	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X _{3.1}	2199 0,2199	0,783	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,2199	0,892	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,2199	0,931	0,000	Valid

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

	X _{3,4}	0,2199	0,860	0,000	Valid
	X _{3,5}		0,812	0,000	Valid
Keputusan	Y _{1,1}	0,2199	0,844	0,000	Valid
Pembelian (Y)	Y _{1,2}	0,2199	0,902	0,000	Valid
	Y _{1,3}	0,2199	0,819	0,000	Valid
	Y _{1,4}		0,819	0,000	Valid

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Dari tabel tersebut, seluruh indikator Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai koefisien ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) dengan taraf signifikansi $< 0,05$. Oleh karena itu, indikator pada seluruh variabel dinilai valid. Artinya, seluruh pernyataan kuisioner dapat efektif mengukur variabel-variabel untuk kelanjutan pengolahan data (Ghozali, 2018).

Reliabilitas diuji dengan memperhatikan varian skor item dan totalnya menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Konstruksi atau variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,600$. Hasil uji reliabilitas variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) terdokumentasi pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Ket.
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,907	Reliabel
Kelengkapan Produk (X ₂)	0,874	Reliabel
Potongan Harga (X ₁)	0,933	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,869	Reliabel

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Dari hasil pengujian reliabilitas (Tabel 3), dapat disimpulkan bahwa indikator Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) dianggap reliabel. Nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel (X1: 0,933, X2: 0,874, X3: 0,907, Y: 0,869) $> 0,6$, menunjukkan hasil yang konsisten dan tidak ambigu dalam pengukuran yang sama.

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel dependen dan independen dalam model memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan penilaian berdasarkan nilai signifikansi (sig). Jika sig $> 0,05$, data dianggap berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.73719772
	Absolute	.126
Most Extreme Differences	Positive	.126
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		1.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.159

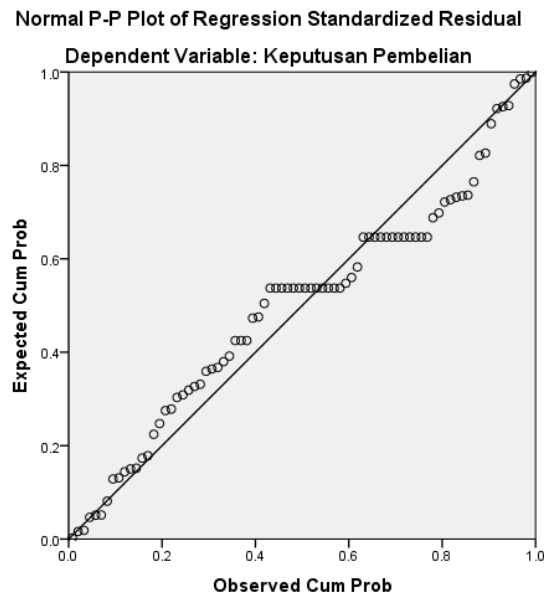
Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

	Sig.		.146 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	95% Confidence Interval	Lower Bound	.139
		Upper Bound	.153

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

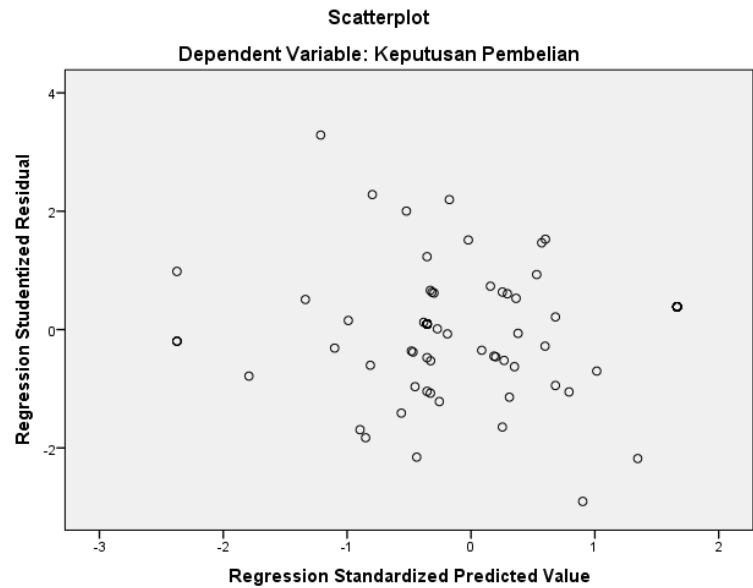
Dari tabel hasil pengujian menggunakan uji *kolmogorov* dapat dijelaskan bahwa hasil hitung *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.159 lebih besar dari 0,05 yang artinya data dalam penelitian ini berdistribusi normal (Ghozali, 2018).



Gambar 2. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Grafik Normal P-Plot menunjukkan residual dengan distribusi normal saat penyebarannya mengikuti garis diagonal pada grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual. Residual dianggap berdistribusi normal jika menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Dari hasil uji *Scatterplot* pada Gambar 3 diatas diperoleh data menyebar merata tidak ada titik titik tertentu. Hasil olah data dengan SPSS tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak diatas angka 0 pada sumbu Y.

Uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa kemungkinan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak seharusnya menunjukkan korelasi antar variabel bebas. Penilaian dilakukan melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* pada uji statistik. Hasil perhitungan pada Tabel 5 di bawah ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinieritas. Semua nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1, menunjukkan bahwa Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan tidak saling berkorelasi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Potongan Harga (X ₁)	0,502	1,911	bebas Multikolinieritas
Kelengkapan Produk (X ₂)	0,802	1,247	
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,489	2,044	

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Setelah instrumen terbukti valid dan reliabel, serta model dinyatakan bebas dari asumsi klasik, dilakukan pengujian regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan bantuan perangkat lunak SPSS v.20, hasilnya terlihat pada tabel di bawah.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

	(Constant)	1.835	1.695		1.082	.282
1	Potongan Harga	.313	.127	.243	2.457	.016
	Kelengkapan Produk	.191	.095	.197	2.015	.047
	Kualitas Pelayanan	.359	.081	.425	4.442	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Dalam model regresi linier berganda ini, variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y), sedangkan variabel independennya adalah Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3). Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah

$$Y = 1,835 + 0,313 X1 + 0,191 X2 + 0,359 X3 + e_i$$

Dalam memaknai nilai-nilai koefisien (β), maka model regresi tersebut diinterpretasi seperti berikut ini:

1. $\beta_0 = 1,835$; merupakan titik potong antara garis regresi dengan sumbu Y (intersep).
2. $\beta_1 = 0,313$; koefisien regresi untuk Potongan Harga (X1). Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Potongan Harga, semakin tinggi Keputusan Pembelian atau sebaliknya. Potongan Harga (X1) mengalami kenaikan 1 skor maka Keputusan Pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,313 atau sebaliknya.
3. $\beta_2 = 0,191$; koefisien regresi untuk Kelengkapan Produk (X2). Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Kelengkapan Produk, semakin tinggi Keputusan Pembelian atau sebaliknya. Kelengkapan Produk (X2) mengalami kenaikan 1 skor maka Keputusan Pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,191 atau sebaliknya.
4. $\beta_3 = 0,359$; koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X3). Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan, semakin tinggi Keputusan Pembelian atau sebaliknya. Kualitas Pelayanan (X3) mengalami kenaikan 1 skor maka Keputusan Pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,359 atau sebaliknya.

Tahap selanjutnya adalah pembuktian atau pengujian hipotesis statistik untuk menerima atau menolak H1, H2, H3 dan H4.

1. Uji Parsial dengan membandingkan nilai t-tabel (1,9916) dengan nilai t-hitung dari masing-masing variabel (tersaji pada Tabel 6).
 - a. Dari hasil uji hipotesis uji t, ditemukan bahwa untuk variabel Potongan Harga (X1), t-hitung (2,457) lebih besar dari t-tabel (1,9916). Oleh karena itu, *H2 diterima*, mengindikasikan bahwa variabel Potongan Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan.
 - b. Berdasarkan hasil uji hipotesis uji t, ditemukan bahwa untuk variabel Kelengkapan Produk (X2), nilai t-hitung (2,015) lebih besar dari t-tabel (1,9916). Oleh karena itu, *H3 diterima*, menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan.
 - c. Berdasarkan hasil uji hipotesis uji t, ditemukan bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3), nilai t-hitung (4,442) lebih besar dari t-tabel

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

(1,9916). Oleh karena itu, *H4 diterima*, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan.

2. Uji Simultan dengan membandingkan nilai F-tabel (2,7249) dengan nilai F-hitung.

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan. Berdasarkan hasil perhitungan (Tabel 7), didapatkan nilai F-hitung sebesar 25,225, yang lebih besar dari F-tabel (2,7249) dengan signifikansi F-hitung $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, *H1 diterima*, menyatakan bahwa secara simultan, variabel Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.389	3	79.130	25.225	.000 ^b
	Residual	238.411	76	3.137		
	Total	475.800	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Potongan Harga

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

3. Uji koefisien determinasi Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) dapat menjelaskan variabel terikat (dependen).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.479	1.77115

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Potongan Harga

Sumber: output analisis dengan SPSS, 2023

Dari tabel hasil uji koefisien determinasi, diperoleh Adjusted R Square sebesar 0,479 atau 47,9%. Ini menunjukkan bahwa 47,9% variasi dalam variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), sementara sisanya 52,1% dapat dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Potongan Harga (X1) secara parsial mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Dengan nilai t-hitung 2,457 yang lebih besar dari t-tabel (1,9916) pada taraf signifikansi kurang dari 0,05, maka *H2 diterima*, mengindikasikan bahwa

Keputusan Pembelian Berdasarkan Potongan Harga, Kelengkapan Produk.....

potongan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penemuan ini menegaskan bahwa strategi potongan harga bulanan di apotek tersebut berhasil memberikan dampak positif, membuat konsumen merasa senang, puas, dan nyaman berbelanja, bahkan mendorong mereka untuk kembali melakukan pembelian. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya (Nainggolan & Parinduri, 2020; Pasuhuk et al., 2022) yang menyatakan bahwa potongan harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi dapat mempertahankan strategi potongan harga sebagai upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hasil uji t atau parsial, variabel Kelengkapan Produk (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi menunjukkan nilai t-hitung 2,015 yang lebih besar dari t-tabel (1,9916) pada taraf signifikansi kurang dari 0,05, maka *H3 diterima*, menunjukkan bahwa kelengkapan produk berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini mengungkapkan bahwa keberagaman dan kelengkapan produk yang tersedia di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi, termasuk berbagai merk produk yang berkualitas, mendorong konsumen untuk memilih dan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, strategi penyediaan produk yang lengkap dan bervariasi dapat menjadi daya tarik utama yang meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Widia & Nofirda, 2021; Zulkifli & Anah, 2021) yang menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil uji t atau parsial, variabel Kualitas Pelayanan (X3) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Karyawan yang terlatih dengan baik, keramahan dalam memberikan informasi produk, serta kesiapan dalam memberikan pelayanan merupakan faktor utama yang membuat konsumen merasa puas dan nyaman berbelanja, membentuk persepsi positif terhadap Apotek Kimia Farma, dan mendorong mereka untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis keempat (*H4 diterima*). Temuan dalam penelitian ini memberikan kontribusi positif pada pemahaman mengenai pengaruh variabel Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi, sejalan dengan temuan penelitian-penelitian sebelumnya yang melibatkan variabel serupa di konteks industri ritel dan layanan (Lagautu et al., 2019; Sholihat & Rummyeni, 2018; Susanti et al., 2021).

Berdasarkan hasil pengolahan data, uji F menyatakan *H1 diterima* bahwa secara simultan, variabel Potongan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi. Nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh secara bersama-sama. Hasil ini menegaskan bahwa potongan harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan di apotek tersebut secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Maharaja et al., 2022; Nurjamilah et al., 2023; Prabarini et al., 2018) dan menunjukkan bahwa strategi potongan harga, kelengkapan produk, dan pelayanan yang baik dapat

meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa

1. Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi.
2. Secara parsial, Potongan Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Potongan Harga memberikan insentif kepada konsumen, Kelengkapan Produk menyediakan variasi produk yang memenuhi kebutuhan, dan Kualitas Pelayanan memberikan kenyamanan, sehingga semua faktor tersebut memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Implikasinya, Apotek Kimia Farma Blambangan Banyuwangi dapat lebih memperkuat strategi pemasaran berdasarkan ketiga variabel tersebut untuk meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen.

Referensi :

- Apriliani, D. P., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh Promosi, Citra Toko, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Bahrul Maghfiroh Mart). *JlAGABI: Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(2), 202–211.
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh Potongan Harga (Discount) terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying), (Studi pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2), 87–96.
- Famelia, A., Suryani, W., & Tarigan, E. D. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Di Platform Belanja Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 130–135.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS. (Trans: Application) Of Multivariate Analysis Using SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hurin, H., & Sofi, S. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Kota Banyuwangi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 325–333.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iswahyudi, M., & Saputra, P. E. (2020). Sebuah Analisa Fraud Triangle Determinan Fraud Laporan Keuangan Perusahaan Plat Merah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 8(4), 1222–1230.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT. Indeks.
- Lagautu, J., Supandi, A. S., & Sepang, J. (2019). Pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Maharaja, R., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Johor Mas Medan. *Jurnal Teknologi & Kesehatan & Ilmu SosialTEKESNOS*, 4(2), 400–410.

- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.
- Nofrizal, N., Lubis, N., Hardi, H., Maryanti, S., Arizal, N., & Widayat, P. (2021). Pengaruh Keunikan Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 219–226.
- Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., & Putri, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopima Aja. *Solusi*, 21(1), 453–469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pasuhuk, M. N., Soegoto, A. S., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Lifestyle dan Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil Merek Toyota Calya di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1663–1674.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259–270.
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 905–914.
- Saputra, P. E., Iqbal, A., & Padillah, R. (2020). Studi Deskripsi Inovasi Bisnis Pariwisata Kuliner Tradisional Khas Suku Osing. *JSMBI: Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 134–142.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Urnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5(1), 1–15.
- Simamora, H. (2010). *Manajemen Pemasaran Internasional* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 144–163.
- Suyanto, M. A., Akmar, M., & Karundeng, D. R. (2021). Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Display Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Anugerah Farma di Kota Gorontalo. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 75–91.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel. Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Vidyawati, F. O., & Rosyidah, E. (2022). Strategi Promosi Melalui Digital Marketing Di Era Pandemi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Pada Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi. *JEKOBIS: Jurnal Ekonomi*

Dan Bisnis, 1(1), 39–44.

- Widia, N., & Nofirda, F. A. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Guardian Store Pekanbaru. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 3(1), 21–29.
- Zulkifli, A., & Anah, L. (2021). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di B2 Variasi Motor Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 259–270.