

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT KESEHATAN PADA
PT. HYGEA SUMBER BINTANG
DI SAMARINDA**

Imuliyati¹, Muhammad Tommy Fimi Putra²

^{1,2}IKIP PGRI KALIMANTAN TIMUR

²Tommy.fimi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda, dengan populasi 200 orang, dimana sampel dalam penelitian adalah menggunakan total sampel yaitu 30 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan angket/kuesioner.

Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian, maka selanjutnya adalah menggunakan rumus statistik Uji F dengan taraf signifikansi/kepercayaan 0,05. Hasil analisis data menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,85 > 3,35$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian, maka langkah selanjutnya adalah menggunakan rumus statistik Uji T dengan taraf signifikansi/kepercayaan 0,05. Hasil analisis data menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,910 > 2,052$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : strategi pemasaran, kualitas pelayanan, kualitas pelayanan.

I. PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan faktor penting yang harus dibangun oleh setiap negara. Indonesia bahkan menetapkan kesehatan sebagai hak asasi manusia seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 8 yang berbunyi “Setiap penduduk berhak atas pelayanan kesehatan”. Rumah sakit adalah bagian yang sangat penting dari suatu sistem kesehatan. Rumah sakit menjadi hal utama yang berfungsi sebagai pusat rujukan. Rumah sakit dapat menjadi unit pelaksana pemerintah dalam memberikan pelayanan publik ataupun sebagai institusi pelayanan swasta. Di Indonesia, sebagian besar rumah sakit dimiliki dan diselenggarakan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Keberadaan sebuah rumah sakit baik swasta maupun milik pemerintah sangat dibutuhkan masyarakat, sehingga di dalam melayani kesehatan harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat.

Sebagai perwujudan dan perlindungan hak dasar, negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas layanan kesehatan yang layak termasuk ketersediaan obat. Tanggung jawab yang diamanatkan oleh konstitusi tersebut dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan. Pada pasal 36 UU disebutkan bahwa pemerintah menjamin ketersediaan, pemerataan dan keterjangkauan perbekalan kesehatan. Ketersediaan perbekalan kesehatan ini dilakukan melalui kegiatan pengadaan alat kesehatan ini dilakukan melalui kegiatan pengadaan alat kesehatan dan obat-obatan. Apabila dilihat dari segi kebutuhan akan fasilitas alat kesehatan di Indonesia semakin meningkat. Institusi kesehatan terus membutuhkan peralatan dan perlengkapan kesehatan terkini untuk melengkapi kebutuhan alat-alat kesehatan, sehingga diperlukan pasokan alat kesehatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan akan keberagaman peralatan kesehatan. Penyediaan alat kesehatan di Indonesia menjadi salah satu bisnis yang di perhatikan karena dapat menjanjikan keuntungan yang besar bagi para pelakunya. Alat-alat kesehatan sangat dibutuhkan oleh rumah sakit, puskesmas, klinik ataupun para penjual alat kesehatan dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah penjual alat kesehatan yang ada terus bertambah. Melihat begitu luasnya pangsa pasar alat-alat kesehatan ini, maka perusahaan alat-alat kesehatan memerlukan distributor.

Dalam menjalankan usahanya, distributor tidak terlepas dari peranan suplier sehingga diperlukan kerjasama yang baik antara distributor dengan suplier serta para pelanggannya. Melihat banyaknya supplier alat-alat kesehatan di Samarinda yang terus bermunculan menyebabkan perusahaan harus berusaha untuk memimpin perusahaan mereka agar dapat mempertahankan pelanggan dengan baik di pasaran. Para pengusaha saat inipun berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya. Hal itu memacu para pelaku usaha khususnya di alat-alat kesehatan untuk menetapkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Para supplier alat-alat kesehatan berkompetisi untuk mempertahankan setiap pelanggannya agar tidak mudah pindah ke perusahaan pesaing bisnis, maka dari itu perusahaan berlomba agar dapat memuaskan pelayanan, dan bersaing dari strategi pemasaran agar pelanggan tetap membeli produk di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda. Dalam persaingan pasar yang semakin lama semakin ketat ini, maka pelayanan terhadap pelanggan mempunyai peranan yang sangat penting. Pada dasarnya proses pelayanan konsumen adalah semua kegiatan yang di lakukan untuk memberi kepuasan kepada konsumen yang juga akan menguntungkan bagi pihak perusahaan. Pada tahun 2020 virus Covid 19 menyebar di Indonesia termasuk Samarinda. Saat itu banyak sekali masyarakat terpapar virus Covid 19, maka dari itu pemerintah mewajibkan masyarakat menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah agar Covid 19 tidak menyebar. Saat itu masker sangat dibutuhkan bagi masyarakat dan masyarakat membeli masker sebanyak mungkin untuk stok dirumah. Pendapatan perusahaan alat kesehatanpun termasuk PT. Hygea Sumber Bintang melonjak naik dikarenakan masyarakat yang membutuhkan masker dan rumah sakit

II. METODE PENELITIAN

Definisi operasional adalah suatu definisi yang memberikan peneliti sendiri dan menjelaskan bagaimana peneliti itu mengukur variabel-variabel yang terdapat dalam penelitiannya (Maryam, 2016).

Agar pembahasan Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat lebih terfokus pada permasalahan dan hipotesis yang ada, maka perlu diberikan batasan operasional setiap variabel. Adapun definisi operasional dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan

yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah. Strategi pemasaran merupakan variabel X_1 dengan indikator sebagai berikut :

1. Penetapan harga
 2. Kualitas produk
 3. promosi
2. Kualitas pelayanan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.
 3. Kualitas pelayanan merupakan variabel X_2 dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Kemudahan pemesanan
 - b. Kecepatan merespon konsumen
 - c. Komunikatif dalam pelayanan
3. Keputusan pembelian merupakan sebagai keputusan konsumen untuk membeli produk dengan didasari oleh adanya niat untuk melakukan pembelian dengan melalui beberapa tahap.
Keputusan pembelian merupakan variabel Y dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Merencanakan pembelian
 - b. Sesuai keinginan
 - c. Yakin dalam membeli

Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda digunakan teknik regresi persamaan berganda dengan rumus sebagai berikut :

1. Regresi linear berganda: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian
 a = Bilangan konstanta
 X_1 = Strategi Pemasaran
 X_2 = Kualitas Pelayanan

b_1, b_2 = koefisien regresi

2. Analisis Korelasi ganda :

$$r_{x_1x_2y} = \frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}$$

Dimana :

$r_{x_1x_2y}$ = Koefisien korelasi strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

r_{x_1y} = Koefisien korelasi strategi pemasaran dengan keputusan pembelian

r_{x_2y} = Koefisien korelasi kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian

$r_{x_1x_2}$ = Koefisien korelasi strategi pemasaran dan kualitas pelayanan

3. Korelasi Parsial

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment.

X = Variabel bebas (independen)

Y = Variabel terikat

(dependen) n = jumlah sampel

untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini :

Tabel Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
--------------------	------------------

0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

4. Pengujian hipotesis secara simultan (uji F)

Kriteria pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil Uji F.

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikan dari korelasi ganda X_1 dan X_2 terhadap Y ditentukan dengan rumus F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1-R^2) / (n - k - 1)}$$

Di mana :

R = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas (independen)

n = Jumlah sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya akan dibandingkan dengan F_{tabel} .

Kaidah pengujian signifikan :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak.

III. HASIL

Data hasil penelitian ini adalah untuk dapat menjelaskan atau dapat mengungkapkan kondisi objektif dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Variabel – variabel tersebut disusun indikatornya dan selanjutnya dibuatkan kuesioner (pertanyaan) yang telah disebar dan dijawab oleh responden, dengan demikian diperoleh data primer yang telah dikumpulkan di lapangan berupa jawaban atas pertanyaan yang telah disiapkan peneliti terhadap responden. Oleh karenanya didapatkan informasi konkret yang selanjutnya diukur dengan skala pengukuran melalui skala likert. Jumlah populasi yang diteliti adalah customer PT. Hygea Sumber Bintang di Samarinda yang berjumlah 30 customer.

Adapun data tentang pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan PT. Hygea Sumber Bintang, disajikan dibawah ini. Berikut ini adalah data pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan PT. Hygea Sumber Bintang

Tabel 1. Data pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda.

NO	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	$X1*Y$	$X2*Y$	$X1*X2$
1	35	42	30	1225	1764	900	1050	1260	1470
2	35	46	31	1225	2116	961	1085	1426	1610
3	37	45	34	1369	2025	1156	1258	1530	1665
4	36	43	33	1296	1849	1089	1188	1419	1548
5	34	45	31	1156	2025	961	1054	1395	1530
6	37	45	33	1369	2025	1089	1221	1485	1665
7	36	44	33	1296	1936	1089	1188	1452	1584
8	36	43	30	1296	1849	900	1080	1290	1548
9	38	47	32	1444	2209	1024	1216	1504	1786

10	35	45	31	1225	2025	961	1085	1395	1575
11	37	44	32	1369	1936	1024	1184	1408	1628
12	35	45	32	1225	2025	1024	1120	1440	1575
13	31	38	28	961	1444	784	868	1064	1178
14	35	48	32	1225	2304	1024	1120	1536	1680
15	36	45	33	1296	2025	1089	1188	1485	1620
16	34	45	31	1156	2025	961	1054	1395	1530
17	35	45	34	1225	2025	1156	1190	1530	1575
18	38	45	32	1444	2025	1024	1216	1440	1710
19	36	48	30	1296	2304	900	1080	1440	1728
20	37	45	32	1369	2025	1024	1184	1440	1665
21	34	46	32	1156	2116	1024	1088	1472	1564
22	36	44	31	1296	1936	961	1116	1364	1584
23	37	45	34	1369	2025	1156	1258	1530	1665

NO	X1	X2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	$X_1 \cdot Y$	$X_2 \cdot Y$	$X_1 \cdot X_2$
24	36	46	30	1296	2116	900	1080	1380	1656

25	36	45	32	1296	2025	1024	1152	1440	1620
26	34	45	31	1156	2025	961	1054	1395	1530
27	36	47	31	1296	2209	961	1116	1457	1692
28	32	45	32	1024	2025	1024	1024	1440	1440
29	35	47	32	1225	2209	1024	1120	1504	1645
30	34	45	30	1156	2025	900	1020	1350	1530
Σ	1063	1348	949	37737	60672	30075	33657	42666	47796

Sumber data : dari hasil penelitian lapangan

Dari tabel keterangan diatas didapatkan sebagai berikut :

N : 30

X_1 : 1063

X_2 : 1348

Y : 949

X_1^2 : 37737

X_2^2 : 60672

Y^2 : 30075

X_1Y : 33567

X_2Y : 42666

X_1X_2 : 47796

Selanjutnya untuk menjawab analisa yang diajukan dalam penelitian ini penulis menggunakan persamaan linier ganda untuk menduga apakah ada pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan

PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda

Berdasarkan hasil analisis diatas diketahui bahwa besarnya hubungan antara strategi pemasaran dan kualitas pelayanan(secara simultan) terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda yang dihitung dengan koefisien korelasi $R^2 = 0,514$ hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh. Sedangkan kontribusi atau sumbangan secara simultan variabel strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan adalah 0,514 atau 51,4% sedangkan 48,6 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat, dilakukan pengujian dengan alat uji berupa F_{hitung} dengan rumus berikut ini :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1-R^2)/(n - k - 1)}$$

$$= \frac{0,51412^2 / 2}{(1 - 0,51412^2)/(30 - 2 - 1)}$$

$$F_{hitung} = \frac{0,13215}{0,02724}$$

$$F_{hitung} = 4,85$$

Nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan F tabel dengan dk pembilang = k dan dk penyebutnya = (n - k - 1). Jadi dk pembilang = 2 dan dk penyebut 30 - 2 - 1 = 27. Dengan taraf kesalahan 5% nilai F tabel ditemukan 3,35. Ternyata F hitung lebih besar dari F tabel (4,85 > 3,35). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

IV.KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka dapatlah penulis menarik kesimpulan dan juga memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian alat kesehatan di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda yaitu setiap penambahan satu-satuan maka pembelian akan bertambah 37,7%.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda yaitu setiap penambahan satu satuan maka pembelian akan bertambah 12%.
3. Hasil uji F di peroleh F_{hitung} 4,85. Ternyata F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (4,85 > 3,34). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan

demikian hipotesis yang dikemukakan sebelumnya yang berbunyi “ diduga ada pengaruhnya strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan di PT. Hygea Sumber Bintang Samarinda” diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Yoga. 2020. “ Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Rangingang di Kabupaten Pandeglang”, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume XI.
- Anwar, Iful. 2015. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume IV
- Arifin, Muhammad. 2017. “ Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi”, *Jurnal EduTech*, Volume III.
- Astuti. Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Daryanto. Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Ferrel, O.C. 2014. *Marketing Strategi*. South Western: Penerbit Cengage Learning.
- Firmansyah, Farid. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jawa Timur: Penerbit Duta Media Publishing.
- Gainau, Maryam B. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit PT. Kanisius.
- Guspul, Ahmad. 2014. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah”, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* , Volume I.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Edisi kedua*. Jakarta: Center For Academic Publishing Servis.
- Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Kumayza, Nurhadi Toni. 2014. “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara”, *Jurnal Ilmu Sosial Mahakam*, Volume III.
- Kurniawan, Cahyadi Robi. 2016. “Tantangan Kualitas Pelayanan Publik Pada Pemenintah Daerah”, *Jurnal Ilmu Pemerintahan Universitas Lampung*, Volume VII.