

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Konsumen Produk Kesehatan di Kecamatan Lamongan Pada
Masa Pandemi Covid-19)

Desi Romadhona
desiromadhona29@gmail.com
Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di masa pandemi *covid-19*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk kesehatan seperti masker, handsanitizer dan multivitamin di wilayah Kecamatan Lamongan pada masa pandemi *covid-19* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purpose sampling* sebanyak 75 sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk, harga dan distribusi yang merupakan variabel independen dan keputusan pembelian yang merupakan variabel dependen. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS Versi 22. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa 1). Kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. 2). Distribusi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial. 3). Kualitas produk, harga dan distribusi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Distribusi, Keputusan Pembelian, Covid-19

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the effect of product quality, price and distribution on purchasing decisions for health products during the COVID-19 pandemic. This study uses quantitative methods. The population used in this study were consumers of health products such as masks, hand sanitizers and multivitamins in the Lamongan District during the COVID-19 pandemic by using a sampling technique, namely purpose sampling as many as 75 samples based on specified criteria. The variables distributed are product quality, price which is an independent variable and purchasing decisions which are independent variables. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis using the SPSS Version 22 analysis tool. Based on the results of the study, it can be seen that 1). Product quality and price have a positive effect on purchasing decisions partially. 2). Distribution has no effect on purchasing decisions partially. 3). Product quality, price and distribution simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Distribution, Purchase Decision, Covid-19

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak bagi masyarakat dari berbagai segi aspek kehidupan, seperti aspek pendidikan, sosial, kesehatan dan ekonomi. Virus covid-19 adalah virus yang menyerang sistem pernapasan yang bisa menyebabkan gangguan ringan pada pernapasan, infeksi paru – paru berat hingga kematian. Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan China pada akhir Desember 2019 dan mengalami penyebaran yang sangat cepat ke berbagai wilayah termasuk di Indonesia. Pada tanggal 15 Januari 2021 Jawa timur merupakan propinsi yang memiliki tingkat resiko tinggi angka penularan virus covid-19 dengan memiliki jumlah pasien 96.045 yang terindikasi positif. Kabupaten Lamongan adalah salah satu wilayah di propinsi Jawa Timur yang berstatus zona merah dengan jumlah kasus yang terus meningkat terutama diwilayah kecamatan Lamongan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi Dinas Kesehatan Lamongan jumlah angka masyarakat yang terindikasi positif virus covid- 19 diwilayah kecamatan Lamongan mengalami peningkatan yang signifikan dari waktu ke waktu. Pada bulan September hingga bulan Desember tahun 2020 kasus terindikasi positif virus covid-19 semakin meningkat. Pada bulan September terindikasi sebanyak 85 kasus positif, pada bulan Oktober terindikasi sebanyak 125 kasus positif, pada bulan November sebanyak 153 pasien dan pada akhir tahun yaitu bulan Desember terindikasi dua kali lipat dari bulan sebelumnya yaitu bulan November dengan jumlah 304 kasus terindikasi

positif covid-19. Dibalik angka kasus yang meningkat, angka penyembuhan juga dinilai meningkat. Proses penyembuhan dan pencegahan tersebut dapat dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan. Beberapa protokol yang diterapkan diantaranya adalah seperti penggunaan masker, *handsanitizer* dan juga mengkonsumsi multivitamin untuk menjaga daya tahan tubuh. Masa pandemi covid-19 membuat banyak sekali perubahan-perubahan yang terjadi didalam masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya termasuk perubahan konsumsi yang terjadi di masyarakat. Di kecamatan Lamongan kenaikan permintaan akan produk kesehatan berupa masker, *handsanitizer* dan juga multivitamin selama pandemi mengalami kenaikan beberapa kali lipat. Berdasarkan observasi lapangan harga produk kesehatan bervariasi untuk harga masker dijumpai dengan harga mulai Rp. 30.000 – Rp.65.000, dengan model masker seperti *earloop* dan *headloop*. Sedangkan harga *handsanitizer* berkisar Rp. 9000 hingga Rp. 50.000. Semakin besar ukuran atau semakin baik kualitasnya maka harganya juga semakin tinggi. Dan yang terakhir adalah produk multivitamin dengan harga Rp.5000 – Rp. 90.000 harga multivitamin pun berbeda – beda, semakin lengkap kandungan nutrisi atau vitamin maka harganya juga semakin tinggi. Harga – harga tersebut dapat ditemui diberbagai apotek dan juga minimarket yang menjual produk kesehatan seperti masker, *handsanitizer* dan multivitamin.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pada masa pandemi covid-19 diakhir tahun 2020 dan awal tahun 2021 bahwa persediaan produk kesehatan berupa

masker, *handsanitizer* dan multivitamin sudah mengalami ketersediaan yang cukup stabil untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal tersebut juga berdampak juga pada harga yang dinilai sudah relatif stabil dibandingkan pada saat awal masa pandemi dengan harga produk yang melonjak tinggi dikarenakan terjadinya kelangkaan.

Pihak – pihak distribusi seperti apotek ataupun minimarket selalu menyediakan produk – produk tersebut guna untuk memenuhi permintaan konsumen. Hal ini berguna untuk menekan permintaan agar tidak terjadi kelangkaan kembali. Tetapi ada juga yang selalu menyediakan stok penuh guna memenuhi permintaan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin menjadikan dasar dalam penelitian mengenai keputusan pembelian. Dengan mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap keputusan pembelian (Studi konsumen produk kesehatan di Kecamatan Lamongan pada masa pandemi covid-19)

KAJIAN TEORI

Definisi Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2014 :27) menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Keputusan Pembelian Kotler dan Keller (dalam Brata 2017:435) mengemukakan keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana konsumen juga dimungkinkan untuk membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk

memodifikasi, menunda, atau menghindari sangat dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan. Kotler dan Keller (dalam Senggetang:2019) menyatakan bahwa terdapat empat indikator keputusan pembelian yaitu 1). Kemantapan pada sebuah produk, 2). Kebiasaan dalam membeli produk. 3.) Melakukan rekomendasi pada orang lain. 4). Melakukan pembelian ulang.

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2014:11), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Sementara Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (dalam Hermawan 2016 :14) adalah *Performance* (Kinerja), *Feature* (Fitur), *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi), *Reability* (Keandalan), *Durality* (Daya Tahan), *Perceived quality* (Kualitas yang dipersepsikan), dan *Serviceability* (dimensi kemudahan perbaikan)

Harga

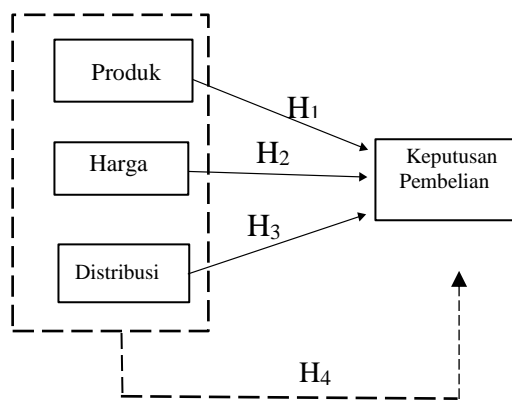
Harga adalah salah satu variabel penting dalam sebuah kegiatan pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan atau konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk karena berbagai alasan. (Ghozali dalam Ratnaningrum 2016:27). Fure dalam Tjia dkk (2017) indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain : a. Harga sesuai dengan manfaat, b. Persepsi harga dengan manfaat. c. Harga barang terjangkau, dan d.Persaingan harga.

Distribusi

Tjiptono (dalam Heryanto 2015 :84) mengungkapkan bahwa sebuah pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang memiliki usaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen sehingga kegunaannya sesuai dengan yang dibutuhkan. Suharno (dalam Tjia 2017) menyatakan bahwa indikator saluran distribusi diukur berdasarkan a).Ketersediaan barang, b). Proses pemesanan barang c). kecepatan dan pengiriman barang. d). kemudahan dalam memperoleh produk.

Adapun indikator distribusi menurut Philip Kotler adalah 1). Saluran pemasaran, 2). Cakupan Pemasaran, 3). Lokasi, 4). Persediaan/ kelengkapan produk 5). Transportasi.

Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1

Berdasarkan gambar 1 kerangka konsep penelitian diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H₁:Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kesehatan dikecamatan Lamongan pada masa pandemi covid-19

H₂:Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk

kesehatan dikecamatan Lamongan pada masa pandemi covid-19

H₃:Distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kesehatan dikecamatan Lamongan pada masa pandemi covid-19

H₄:Kualitas produk, harga dan distribusi berpengaruh simultan positif terhadap keputusan pembelian produk kesehatan dikecamatan Lamongan pada masa pandemi covid-19

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua konsumen produk kesehatan berupa masker, *handsanitizer* dan juga multivitamin dikecamatan Lamongan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik *purpose sampling*. Karena jumlah populasi tidak diketahui dan dianggap terlalu besar maka dalam penelitian ini jumlah minimal sampel yang dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinan dalam Freida Triastuti 2012) :

$$\begin{aligned} n &= (25 \times \text{variabel independen}) \\ &= (25 \times 3 \text{ variabel}) \\ &= 75 \end{aligned}$$

Dalam perhitungan tersebut ditentukan bahwa responden yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 75 responden.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017 : 68) mendefinisikan bahwa variabel penelitian merupakan atribut atau sifat dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu

Variabel Independen yang terdiri dari kualitas produk (X₁), harga (X₂) dan

distribusi (X_3) serta variabel dependen yang merupakan keputusan pembelian

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji instrumen data dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen data

1. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas yang dilakukan dengan program SPSS Versi 22 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Rekapitulasi Uji Validitas

Variabel	Item Kursioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,713	0,191	Valid
	X1.2	0,781	0,191	Valid
	X1.3	0,755	0,191	Valid
	X1.4	0,534	0,191	Valid
Harga	X2.1	0,760	0,191	Valid
	X2.2	0,744	0,191	Valid
	X2.3	0,804	0,191	Valid
Distribusi	X3.1	0,890	0,191	Valid
	X3.2	0,919	0,191	Valid
	X3.3	0,890	0,191	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0,776	0,191	Valid
	Y1.2	0,778	0,191	Valid
	Y1.3	0,833	0,191	Valid
	Y1.4	0,784	0,191	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} (0,191) yang diperoleh dari $df=N-2$, $75-2=73$ dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji satu arah. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua instrumen atau item dalam indikator variabel kualitas produk, harga, distribusi dan keputusan pembelian dependen dinyatakan valid.

2. Reabilitas

Dalam pengujian instrumen penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS Versi 22 yang telah dijelaskan berdasarkan tabel berikut ini

Tabel 2

Rekapitulasi Hajil Uji Reabilitas

Variabel	Hitung Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,646	0,60	Reliabel
Harga (X_2)	0,647	0,60	Reliabel
Distribusi (X_3)	0,880	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,801	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah tahun 2021

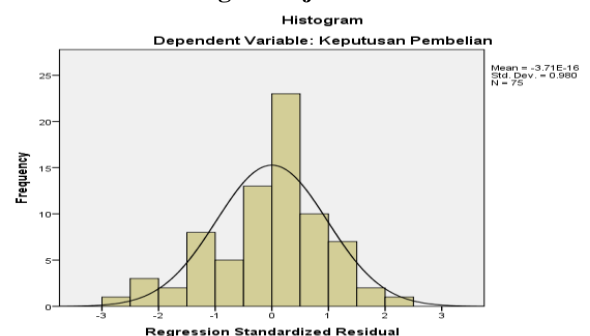
Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai hitung cronbach alpha variabel kualitas produk, harga distribusi, keputusan pembelian dengan nilai Cronbach Alpha masing – masing $>0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan reliabel sehingga dapat dan layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Aumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini untuk melihat adanya normalitas adalah dengan melihat histogram dan grafik normal p-plot yang dapat dilihat dari gambar berikut ini :

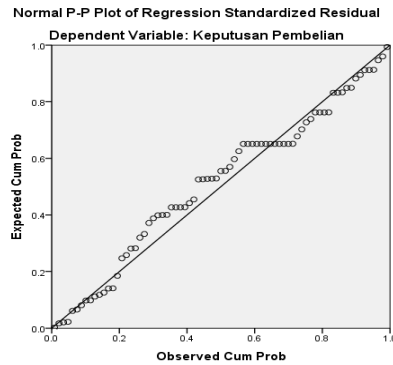
Gambar 1 Histogram Uji Normalitas



Sumber :Olahan Data Primer SPSS versi 22

Berdasarkan gambar 1 histogram menunjukkan pola berdistribusi normal dimana garis tepat dipuncak pada titik 0 dan garis tidak melenceng ke kanan atau ke kiri.

Gambar 2 Hasil P-p Plot Uji Normalitas



Sumber :Olahan Data Primer SPSS versi 22

Berdasarkan gambar 2 grafik normal p-p plot data menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal

2. Uji multikolinearitas

Dalam penelitian ini uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,859	1,163	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Harga (X ₂)	0,637	1,569	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Distribusi (X ₃)	0,703	1,423	Tidak Terjadi Multikolinieritas

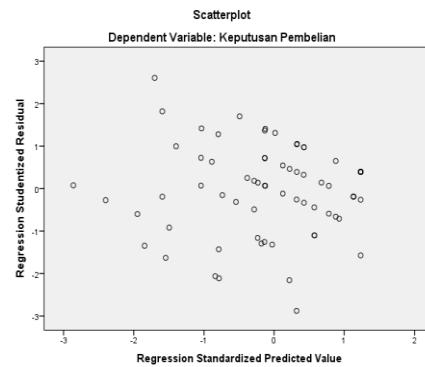
Sumber : Data Primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 3 nilai tolerance dari variabel independen (kualitas produk, harga dan distribusi sebesar)memiliki nilai >0,10 dan nilai VIF memiliki nilai <10,00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel terikat (dependen) dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Berikut ini adalah gambar scatterplot dalam uji heterokedastisitas :

Gambar 3 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Olahan Data Primer SPSS versi 22

Berdasarkan gambar 3 dapat diketahui bawah titik menyebar secara acak dan menyebar dibawah atau diatas angka 0, sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Regresi Linear Berganda

Regresi Linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Berdasarkan hasil analisis telah diperoleh model persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut : $Y = 1,876 + 0,449 + 0,391 + 0,112 + e$

Uji T (Parsial)

Berdasarkan pengolahan data diketahui Df(n-k) adalah $75-4 = 71$ dengan signifikansi 5% atau 0,05 dengan uji satu arah maka diketahui t-tabel 1,666. Berikut adalah hasil dari uji parsial

Tabel 4 Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t-hitung	Sig	t-tabel	Keterangan
Kualitas produk	3,464	0,001	1,666	Berpengaruh positif Signifikan
Harga	2,347	0,022	1,666	Berpengaruh positif Signifikan
Distribusi	0,907	0,368	1,666	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4 telah diperoleh hasil sebagai berikut :

Kualitas produk : Telah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,464 dan nilai t_{tabel} 1,666 dengan demikian dinyatakan bahwa $3,464 > 1,666$, dan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima

Harga : Telah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,347 dan nilai t_{tabel} 1,666 dengan demikian dinyatakan bahwa $2,347 > 1,666$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima

Distribusi : Telah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,907 dan nilai t_{tabel} 1,666 dengan demikian dinyatakan bahwa $0,907 < 1,666$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,368 > 0,05$ artinya bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak

Uji F (Simultan)

Telah diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 12,429 nilai ini akan menjadi uji statistik yang akan dibandingkan dengan f_{tabel} yang diperoleh dari $df(N1) = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df(N2) = n - k = 75 - 4 = 71$ sehingga diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2,73. Berdasarkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} yang didapat maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $12,429 > 2,73$ dengan perolehan signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Uji koefisien Determinasi

Berdasarkan pengolahan data telah diperoleh nilai dari adjusted R Square sebesar 0,317 hal ini menunjukkan bahwa variabel variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan distribusi (X_3) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar 31,7 % sedangkan terdapat 68,3 % yang merupakan sisa nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima hal ini dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,464 > 1,666$, dan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan berupa masker, handsanitizer dan multivitamin di wilayah kecamatan Lamongan.

Berdasarkan penelitian dilapangan semakin baik kualitas produk kesehatan akan mempengaruhi atau menambah pembelian produk kesehatan. Hal ini dikarenakan konsumen ingin menjaga diri atau kesehatan pada masa pandemi covid-19 dengan menggunakan atau mengonsumsi produk kesehatan yang memiliki kualitas yang baik sehingga dapat berguna untuk pencegahan dari tertularnya virus covid-19 secara lebih maksimal

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjia, Heru Sucianto dkk (2017) dan Agustina, Nur Aulia dkk (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan maka dapat dinyatakan bahwa H_2 diterima hal ini dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,347 > 1,666$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berupa masker, *handsanitizer* dan multivitamin di wilayah kecamatan Lamongan pada

masa pandemi covid-19. Berdasarkan penelitian dilapangan apabila harga produk kesehatan yang ditawarkan memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan, serta memiliki harga yang terjangkau oleh konsumen maka hal ini akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian atau mampu menambah pembelian produk kesehatan. Konsumen akan sangat teliti dalam pemilihan produk kesehatan dengan menyeimbangkan harga dengan manfaat dan kualitas yang diberikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Igir, Friani Gloria dkk (2018) dan Charlie Bernando Halomoan & K. Arief Bowo Prayoga (2015) yang juga menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan maka dapat dinyatakan bahwa H_3 ditolak hal ini dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Yaitu $0,907 < 1,666$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,368 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan jika distribusi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kesehatan berupa masker, handsanitizer dan multivitamin di wilayah Kecamatan Lamongan pada masa pandemi.

Berdasarkan penelitian di lapangan, keputusan pembelian tidak selalu dipengaruhi oleh faktor distribusi. Hal ini bisa disebabkan karena konsumen kurang memperhatikan dan terkesan mengesampingkan faktor distribusi dalam melakukan pembelian. Berdasarkan observasi jumlah produk kesehatan yang ditawarkan

dikecamatan Lamongan memiliki jumlah yang banyak atau melimpah sehingga dapat dikatakan lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan. Beberapa konsumen berpendapat bahwa mereka tidak akan melakukan pembelian produk kesehatan meskipun lokasi atau saluran distribusi dapat dikatakan mudah jika produk kesehatan yang ditawarkan tidak memiliki item lain sebagai pertimbangan untuk memutuskan pembelian.

Seperti mempertimbangkan kualitas dan harga dalam menentukan pembelian. Konsumen tidak akan membeli jika produk tersebut memiliki kualitas yang rendah dan harga yang tinggi atau tidak sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiyanto Kirana Frelly (2019) dan Santika, Rinta Hikma (2017) yang menyatakan bahwa faktor distribusi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} atau $12,429 > 2,73$ dengan perolehan signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan distribusi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) produk kesehatan berupa masker, handsanitizer dan multivitamin.

Berdasarkan penelitian dilapangan jika ketiga variabel independen tersebut dilakukan secara bersama – sama maka hal ini dapat

mempengaruhi dan menambah jumlah pembelian produk kesehatan berupa masker, *handsanitizer* dan multivitamin di Kecamatan Lamongan pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan pendapat konsumen, dengan memberikan kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan sesuai berdasarkan manfaat serta kemudahan dalam memperoleh produk kesehatan hal ini mampu membuat konsumen menentukan keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan peneliti terdahulu yaitu Tjia, Heru Sucianto dkk (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel kualitas produk (X_1) dan variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel distribusi (X_3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan uji simultan variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan distribusi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di Kecamatan Lamongan pada masa pandemi Covid-19
3. Presentase pengaruh variabel independen (kualitas produk, harga dan distribusi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 31,7 % sedangkan terdapat 68,9 % yang merupakan sisa nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Saran

1. Pihak produsen produk kesehatan seperti masker, *handsanitizer* dan multivitamin perlu memberikan perhatian bagi konsumen agar

dapat lebih mengembangkan usahanya untuk bertahan dan bersaing dalam pangsa pasar.

2. Sebaiknya bagi peneliti selanjutnya bisa mencari atau menambahkan variabel – variabel yang juga mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti variabel promosi, perilaku konsumen, citra merek dan lain- lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Nur Aulia dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Muhammadiyah Jember. Jurnal Penelitian Ipteks, E-ISSN:2528-0570
- Assauri, S. (2009) Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Brata, Baruna Hadi et al. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. Saudi Journal of Business and Management Studies. ISSN 2415-6663 DOI:10.21276/sjbms.
- Dosen Pendidikan 2 (2020) Distribusi – Menurut Para Ahli, Saluran, Contoh, Tujuan, Macam & Teorinya <https://www.dosenpendidikan.co.id/distribusi/> (Diakses pada 01/02/2021)
- Eganael Putra, et al. (2020). Impact of Marketing Mix on the Consumer Purchase Decision in the Surabaya - Indonesia Hotel Residence.

- SHS Web of Conferences Journal. Vol 76. Doi: 10.1051/shsconf/2020760103
- Fernando, Made Fajar & Aksari, Ni Made Asti.(2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *Jurnal E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 1, DOI: https://doi.org/10.24843/EJ_MUNUD.2018.v7.i01.p17
- Gerung, Christy Jacklin dkk (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado Effect Of Product Quality, Price And Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car In Pt. Wahana Wirawan Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. ISSN: 2303-1174. DOI: 10.35794/EMBA.V5I2.16521
- guruekonomi.(2020). Penetapan Harga. <https://sarjanaekonomi.co.id/penetapanharga/> (Diakses pada 06/02/2021)
- Gusrita Desy & Rahmidani Rose.(2018). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. Universitas Negeri Padang. *Jurnal* Vol.1
- Hermawan, Dany (2016) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Kartu Perdana Indosat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Semester V STIE KH AHMAD DAHLAN. *Skripsi, STIEKHAD*
- Igir, Friani Gloria dkk (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Jurnal Administrasi Bisnis*.Vol.6
- Julian Muhammad & Handoyo (2020)) Ada pandemi corona (Covid-19), perusahaanfarmasi juga melakukan adaptasi bisnis <https://industri.kontan.co.id/news/ada-pandemi-corona-covid-19perusahaan-farmasi-juga-melakukan-adaptasi-bisnis> (diakses pada 20/01/2021)
- Kho,Budi.(2020).Jenis jenis Saluran Distribusi Pemasaran <https://ilmumanajemenindustri.com/jenis-jenis-saluran-distribusi-pemasarandistribution-channel/> (Diakses pada 06/02/2021)
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, edisi ke 13 jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, edisi ke 12 jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2016) *Marketing management (global edition)*. Edisi 15e. England: Pearson

- Kurniawan, Aris (2020) Hipotesis adalah. <https://www.gurupendidikan.co.id/hipotesis-adalah/> (diakses pada 31/01/2021)
- Muri Yusuf A. (2014) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta : Kencana.
- Muri Yusuf A. (2017) *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Nugrahini, Lestari Sampurno & Haryani, Iha (2019) Pengaruh Harga, Promosi dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Enervon Active Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Kedokteran*. Vol.6
- Pandensolang, Josiel Driand & Tawa Hendra N. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.3
- Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 53 Tahun 2020. *Penerapan Protokol Kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian corona virus disease 2019*
- Purwanto, Erwan A. & Sulistyastuti, Dyah R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan 1. Yogyakarta:Gavamedia.
- Rahadi, Fernan (2020) Pandemi, Permintaan Vitamin Meningkatkan Lebih dari 100 Persen <https://republika.co.id/berita/qhwr9u291/pandemi-permintaan-vitamin-meningkatlebih-dari-100-persen> (diakses pada 20/01/2021)
- Raharjo, Sahid (2017) <https://www.konsistensi.com/2013/03/uji-validitas-datadengan-rumus-pearson.html> (diakses pada 31/01/2021)
- Raharjo, Sahid. (2019). <https://www.spssindonesia.com/2014/02/ujiheteroskedastisitas-glejser-spss.html> (diakses pada 31/01/2021)
- Raharjo, Sahid. (2019). <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html> (diakses pada 31/01/2021)
- Raharjo, Sahid. (2019). <https://www.spssindonesia.com/2014/01/ujinormalitaskolmogorovsmirno-v-spss.html> (diakses pada 31/01/2021)
- Raharjo, Sahid. (2019). <https://www.spssindonesia.com/2014/01/ujireliabilitasalpha-spss.html>, (diakses pada 31/01/2021)
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- RJ, Freida Triastuti & Ferdinand, Augusty Tae. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Buket kofe + Jazz Semarang). Universitas

- Diponegoro. Diponegoro Journal Of Management. Vol.1
- Santika, Rinta Hikma (2016) Pengaruh Faktor Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Satuan Tugas Penanganan Covid (2020) Masker Menjadi Peluang Usaha di Masa Pandemi COVID-19 <https://covid19.go.id/p/berita/masker-menjadipeluang-usaha-di-masa-pandemi-covid-19> (diakses pada 20/01/2021)
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, (1997) *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada Uiversity Press, Yokyakarta, hal. 2
- Sugiyono (2014) metode penelitian manajemen cetakan ke-20. Bandung : Penerbit Alfa beta
- Sugiyono (2015) metode penelitian manajemen cetakan ke-25. Bandung : Penerbit Alfa beta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018) Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto,(2017) Pengaruh persepsi harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada apartemen east coast residence PT. Pakuwon darma surabaya. *skripsi STIEKHAD*
- Tjiptono, Fandy (2014) Pemasaran jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Utami, Arum P.(2016) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- V. Wiratnan Sujarweni. 2014 SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta:Pustaka Baru Press Hal-193
- Wahjono, Sentot Imam (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wiyanto, Frelly Kirana.(2019). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras