

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KLINIK ZAP ONE BELPARK
PONDOK LABU JAKARTA SELATAN**

Ugeng Budi Haryoko dan Indri Tut Wuri Handayani
Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
ugengbudiunpam@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan. Responden penelitian ini sebanyak 90 orang yang dipilih, dengan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proporsional random sampling* yakni pemilihan sampel dilakukan secara acak sederhana secara proporsional dengan cara diundi/dihitung proporsionalnya. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai regresi yang didapat yaitu 0,330 (positif) nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,468, dan nilai t hitung $3,837 > t$ tabel 1,987 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai regresi yang didapat yaitu 0,464 (positif) nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,562, dan nilai t hitung $5,397 > t$ tabel 1,987 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda yang didapat yaitu $Y = 8,388 + 0,330X_1 + 0,464X_2$ nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,644, koefisien determinasi sebesar 40,2% dan nilai F hitung $30,860 > F$ tabel 3,10 dengan signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and product variation on purchasing decisions at the ZAP One BelPark Pondok Labu clinic in South Jakarta. The respondents of this study were 90 people selected, with the sampling technique used in this study is proportional random sampling, which is proportional random sampling done by drawing / proportionally calculated. There is a positive and significant influence between product quality on purchasing decisions at the ZAP One BelPark Pondok Labu clinic in South Jakarta. This can be seen from the regression value obtained which is 0.330 (positive) the correlation coefficient value found is 0.468, and the value of t count $3.837 > t$ table 1.987 with a significant $0.000 < 0.05$. There is a positive and significant influence between product variations on purchasing decisions at the ZAP One BelPark Pondok Labu

clinic in South Jakarta. This can be seen from the regression value obtained which is 0.464 (positive) the correlation coefficient value found is 0.562, and the value of t count is 5.397 > t table 1.987 with a significant 0.000 < 0.05. There is a positive and significant influence between product quality and product variation together on purchasing decisions at the ZAP One BelPark Pondok Labu clinic in South Jakarta. This can be seen from the multiple linear regression equation obtained that is $Y = 8.38 + 0.330X_1 + 0.464X_2$ the correlation coefficient found is 0.644, the determination coefficient is 40.2% and the calculated F value is 30.860 > F table 3.10 with a significant 0.000 < 0.05.

Keywords: Product Quality, Product Variation, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar produk yang dihasilkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian, karena konsumen saat ini kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka.

Dalam operasionalnya ZAP bukan berarti tanpa tantangan. Dalam berbisnis risiko dan keuntungan adalah hal biasa, namun yang paling penting dalam berbisnis adalah bagaimana mengendalikan risiko agar keuntungan tetap stabil. Dalam memantau produknya, ZAP Pondok Labu Jakarta Selatan telah membuat sistem kotak saran yang menanyakan perihal kualitas produk sebagai berikut:

Tabel 1
Data Penjualan Pada Klinik ZAP Pondok Labu Jakarta Selatan

No	Bulan	Penjualan Bersih (Net Sales)	Pertumbuhan (%)	Keterangan
1	Juli	Rp. 498.491.434	-	-
2	Agustus	Rp. 465.740.060	(7%)	Turun
3	September	Rp. 510.945.731	10%	Naik
4	Oktober	Rp. 477.041.842	(7%)	Turun
5	November	Rp. 457.555.987	(4%)	Turun
6	Desember	Rp. 432.631.401	(5%)	Turun

Sumber: Divisi Penjualan Klinik ZAP Pondok Labu (2016)

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan pada klinik ZAP mengalami penurunan, tak hanya jumlah pelanggan yang menurun berdasarkan survey akan kualitas produk ZAP pada periode 6 bulan juga mengalami penurunan kepuasan akan kualitas produk. Bahkan pada bulan November sebanyak 30% pelanggan menjawab tidak puas dan di bulan Desember sebanyak 40% pelanggan menjawab tidak puas akan kualitas produk yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan”**.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan belum maksimal.
2. Masih adanya pelanggan yang tidak puas terhadap kualitas produk ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
3. Variasi produk pada ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan belum optimal.
4. Kurangnya variasi serta inovasi baru pada ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
5. Keputusan pembelian konsumen mengalami naik turun (fluktuatif) selama periode 6 bulan.

Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki kajian dan analisis yang terfokus dan mendalam, maka dalam kegiatan ini penelitian hanya akan melakukan kajian dan analisis sebagai berikut:

1. Yang dimaksud kualitas produk dalam penelitian ini adalah kualitas produk didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap barang atau jasa, diukur berdasarkan persyaratan pelanggan.
2. Yang dimaksud variasi produk dalam penelitian ini adalah strategi perusahaan dengan menganeekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang di inginkan dan dibutuhkannya.
3. Yang dimaksud keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Tempat penelitian pada Klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan yang beralamat di One BelPark Mall, Jalan Jl. RS Fatmawati No.1, Lt. LG 34, Cilandak, RT.1/RW.1 Pondok Labu Jakarta Selatan.
5. Periode pengumpulan data dilakukan selama 6 (enam) bulan, mulai April 2017 – September 2017.

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan?
2. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.

- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dibagi ke dalam 2 kategori yaitu:

- a. Manfaat akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk para peneliti selanjutnya dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya pada judul variabel ini.

- b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan, perihal pengaruh kualitas harga dan variasi produk terutama pengaruhnya pada keputusan pembelian.

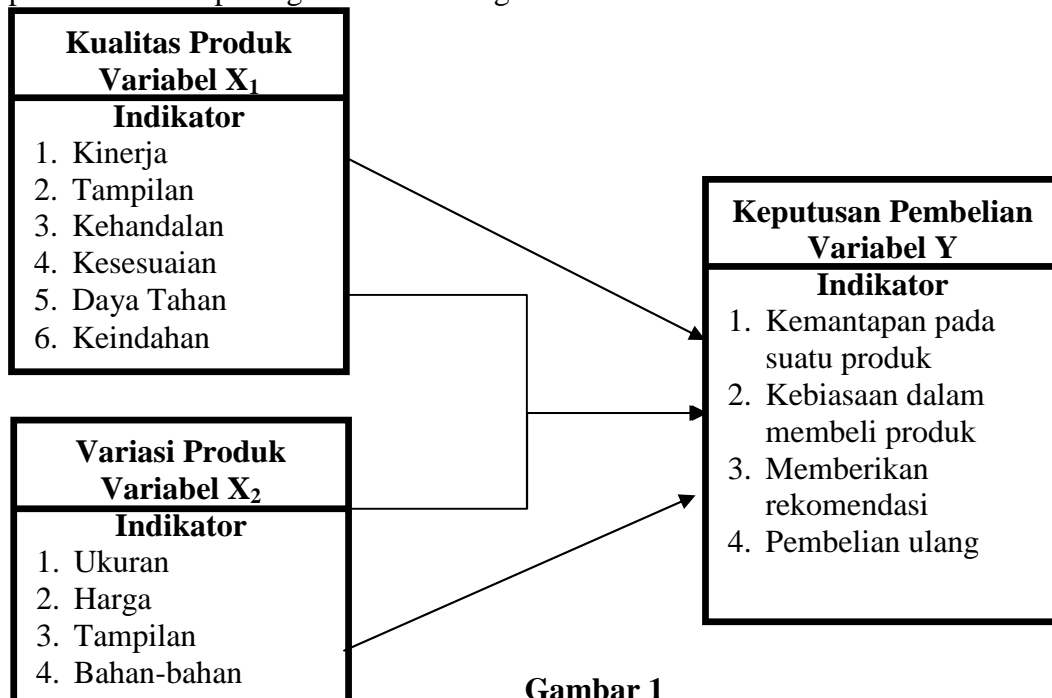
Kerangka Berfikir

Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sangat erat kaitannya. Kualitas dari sebuah produk merupakan salah satu pertimbangan penting konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Produk yang berkualitas yaitu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Menurut Philip kotler (2012:143) “Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Adanya keragaman produk akan memberikan keleluasaan bagi konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya sebagai upaya memenuhi dan melengkapi kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2012:15) “keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu”.

Berdasarkan uraian teori tersebut, maka kerangka berfikir yang dibahas dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Berfikir

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:134) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka jawaban sementara dalam penelitian ini adalah:

- Ho1** = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
- Ha1** = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
- H02** = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
- Ha2** = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan..
- H03** = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.
- Ha3** = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada klinik ZAP One BelPark Pondok Labu Jakarta Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut Robbins dan Coulter (2013:7) "manajemen adalah hal yang dilakukan oleh para manajer. Secara luas manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya".

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (2013:14) “pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi”.

Kualitas Produk

Menurut Hendra dan Ronny A Rusly (2012:67) “kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Variasi Produk

Menurut Simamora (2011:441) “keragaman produk sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli”.

Keputusan Pembelian

Menurut Sofjan Assauri (2012:141) “keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya”.

Penelitian Terdahulu

Kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang posisi dan kelayakan penelitian. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang dipandang relevan dengan penelitian ini:

Ridwan Zia Kusumah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian pada Capra Late “ pada tahun 2017 persamaan variabelnya adalah Kualitas produk, keragaman menu dan keputusan pembelian perbedaannya pada variabel pengetahuan produk dan dengan hasil penelitian Kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial ataupun simultan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 119) mendefinisikan “Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan 849 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 120) yaitu “Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Suharsini Arikunto (2010: 131), berpendapat bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 orang (didapat dengan menggunakan rumus Slovin).

3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2015: 121), bahwa “Teknik *sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel untuk digunakan dalam penelitian”. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proporsional random sampling* yakni pemilihan sampel dilakukan secara acak sederhana secara proporsional dengan cara diundi/dihitung proporsionalnya.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan untuk mendapatkan berbagai informasi dalam penelitian yang nantinya digunakan dalam pengukuran variabel. Menurut Sugiyono (2014: 308) “Metode pengumpulan data adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan, dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015: 308) menjelaskan “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

- a. Angket / Kuesioner
- b. Wawancara
- c. Observasi
- d. Studi Kepustakaan

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015: 308) “Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau dokumen”.

Metode Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti,

Rancangan Pengujian Instrumen Penelitian dan Data Penelitian.

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Adapun dalam pengujian instrument ini digunakan 2 (dua) pengujian yaitu :

a. Uji Validitas Data

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang.

2. Pengujian Data Penelitian (Uji Asumsi Klasik)

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data merupakan bagian integral dari proses penelitian yang dituangkan baik dalam bentuk tulisan atau tidak.

1. Analisis Penelitian Deskriptif / Kualitatif
2. Analisis Penelitian Verifikatif / Kuantitatif
 - a. Analisis Pengaruh Secara Parsial
 - b. Analisis Pengaruh Secara Simultan
 - c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Rancangan Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Pengaruh Secara Parsial (Uji t)
2. Pengujian Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

a. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel sekitar 90 nilai r tabel ($n-2=88$) 0,207 (terlampir). Uji ini dilakukan manakala butir pertanyaan lebih dari 1. Pengambilan keputusan uji validitas:

- 1) Bila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan valid.
- 2) Bila nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tidak valid.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	Pernyataan 1	0,496	0,207	Valid
	Pernyataan 2	0,521	0,207	Valid
	Pernyataan 3	0,552	0,207	Valid
	Pernyataan 4	0,610	0,207	Valid
	Pernyataan 5	0,538	0,207	Valid
	Pernyataan 6	0,423	0,207	Valid
	Pernyataan 7	0,479	0,207	Valid
	Pernyataan 8	0,612	0,207	Valid
	Pernyataan 9	0,326	0,207	Valid
	Pernyataan 10	0,310	0,207	Valid
variasi Produk (X_2)	Pernyataan 1	0,572	0,207	Valid
	Pernyataan 2	0,397	0,207	Valid
	Pernyataan 3	0,498	0,207	Valid
	Pernyataan 4	0,533	0,207	Valid
	Pernyataan 5	0,514	0,207	Valid
	Pernyataan 6	0,565	0,207	Valid
	Pernyataan 7	0,487	0,207	Valid
	Pernyataan 8	0,441	0,207	Valid
	Pernyataan 9	0,463	0,207	Valid
Pernyataan 10	0,445	0,207	Valid	
Keputusan Pembelian (X_3)	Pernyataan 1	0,534	0,207	Valid
	Pernyataan 2	0,440	0,207	Valid
	Pernyataan 3	0,587	0,207	Valid
	Pernyataan 4	0,555	0,207	Valid
	Pernyataan 5	0,525	0,207	Valid
	Pernyataan 6	0,437	0,207	Valid
	Pernyataan 7	0,513	0,207	Valid
	Pernyataan 8	0,602	0,207	Valid
	Pernyataan 9	0,428	0,207	Valid
	Pernyataan 10	0,389	0,207	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Dari hasil uji validitas tersebut maka dapat dijelaskan bahwa keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,207) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel kualitas produk, variasi produk, dan keputusan pembelian adalah valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu variabel. Butir pertanyaan dalam variabel dikatakan reliabel atau terpercaya apabila jawaban responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0,60 (Ghozali, 2012:78). Adapun hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

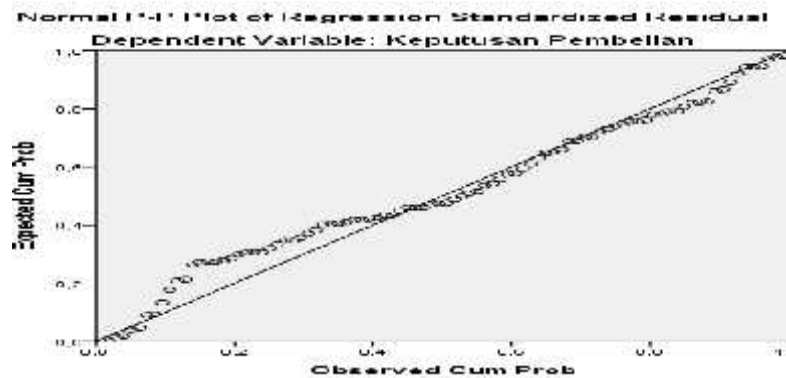
Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keputusan
Kualitas Produk	0,636	> 0,60	Reliabel
Variasi Produk	0,649	> 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,667	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel kualitas produk, variasi produk dan keputusan pembelian, ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data



Gambar 4.1
Uji Normalitas Data

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS 22, maka dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas Data

Deteksi tidak adanya Multikolinieritas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* (Ghozali, 2012:78):

- 1) Mempunyai nilai VIF < 10
- 2) Mempunyai angka TOLERANCE > 0,1

Mengacu pada pendapat di atas maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh nilai:

Tabel 4.3
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,911	1,098
	Variasi Produk	,911	1,098

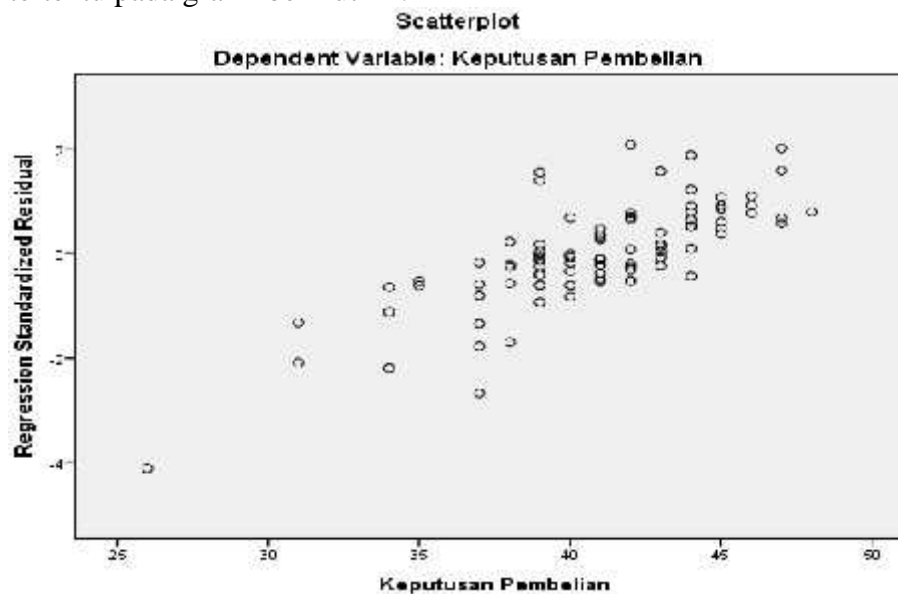
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil tersebut maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu kualitas produk dan variasi produk, karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik berikut ini:



Gambar 4.2
Pengujian Heteroskedastisitas

Dari grafik tersebut, dapat terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Independent) yaitu: kualitas produk (X_1), dan variasi produk (X_2), terhadap variabel terikat (Dependent) keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara kualitas produk (X_1), dan variasi produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan dibantu program SPSS 22 dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,388	4,152		2,020	,046
Kualitas Produk	,322	,084	,330	3,837	,000
Variasi Produk	,473	,088	,464	5,397	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 8,388 + 0,330X_1 + 0,464X_2$$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 8,388 mempunyai arti bahwa tanpa adanya kualitas produk dan variasi produk maka keputusan pembelian akan tetap bernilai 8,388.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,330 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika kualitas produk ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,330 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel variasi produk sebesar 0,464 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika variasi produk ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,464 satuan.

Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.5
Correlations

		Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Variasi Produk
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1,000	,468	,562
	Kualitas Produk	,468	1,000	,298
	Variasi Produk	,562	,298	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	,000	,000
	Kualitas Produk	,000	.	,002
	Variasi Produk	,000	,002	.
N	Keputusan Pembelian	90	90	90
	Kualitas Produk	90	90	90
	Variasi Produk	90	90	90

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan nilai korelasi yang di dapat maka dapat diketahui bahwa:

- a. Nilai korelasi kualitas produk sebesar 0,468 yang berarti bahwa hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang sedang.
- b. Nilai korelasi variasi produk sebesar 0,562 yang berarti bahwa hubungan antara variasi produk dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang sedang.

Pengujian Hipotesis

Uji t hitung

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas produk (X_1), dan variasi produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial.

Tabel 4.6
Uji t hitung

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2,020	,046
	Kualitas Produk	3,837	,000
	Variasi Produk	5,397	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji t hitung yang di dapat maka dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai t hitung kualitas produk sebesar t hitung 3,837 > t tabel 1,987 (terlampir) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Nilai t hitung variasi produk sebesar t hitung 5,397 > t tabel 1,987 (terlampir) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa variasi produk (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji F hitung

Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan F-hitung > F-tabel. Pengujian terhadap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dilakukan dengan uji F dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini.

Tabel 4.7
Uji F hitung
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	547,721	2	273,860	30,860	,000 ^b
	Residual	772,068	87	8,874		
	Total	1319,789	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 30,860 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sementara nilai F tabel sebesar 3,10 (dari perhitungan $dk_1 = 2 = 0,05$ dan $dk = 90-2-1 = 87$ diperoleh F tabel 2,70). Ini berarti bahwa $F_{hitung} 30,860 > F_{tabel} 3,10$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas produk dan variasi produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas produk (X_1) dan variasi produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dan hasilnya dalam bentuk persentase (%).

Tabel 4.16
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,644 ^a	,415	,402	2,979

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,402 yang artinya bahwa kualitas produk (X_1) dan variasi produk (X_2) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 41,5%, sedangkan sisanya sebesar 59,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada klinik *ZAP One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada klinik *ZAP One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai regresi yang didapat yaitu 0,330 (positif) nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,468, dan nilai t hitung $3,837 > t$ tabel 1,987 dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap keputusan pembelian pada klinik *ZAP One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai regresi yang didapat yaitu 0,464 (positif) nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,562, dan nilai t hitung $5,397 > t$ tabel 1,987 dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan variasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada klinik *ZAP One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda yang didapat yaitu $Y = 8,388 + 0,330X_1 + 0,464X_2$ nilai koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,644, koefisien determinasi sebesar 40,2% dan nilai F hitung $30,860 > F$ tabel 3,10 dengan signifikan $0,000 < 0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka saran yang ingin penulis sampaikan khususnya pada klinik ZAP *One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan yaitu:

1. Indikator tampilan dalam mengukur kualitas produk merupakan indikator yang mendapatkan repon yang kurang disetujui oleh responden, maka penulis menyarankan sebaiknya klinik ZAP *One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan menyediakan berbagai pilihan produknya yang menarik agar konsumen tidak merasa bosan dan jenuh dengan tampilan yang tidak berubah serta memperhatikan kualitas produknya.
2. Indikator ukuran dalam mengukur variasi produk merupakan indikator yang mendapatkan respon yang kurang disetujui oleh responden, maka penulis menyarankan agar variasi ukuran produk lebih dibuat berdasarkan permintaan dan segmen pasar karena variasi ukuran yang banyak pilihan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka diharapkan penjualan produk akan terus meningkat.
3. Indikator kemantapan pada sebuah produk dalam mengukur keputusan pembelian merupakan indikator yang mendapatkan repon yang kurang disetujui oleh responden, maka penulis menyarankan agar pihak klinik ZAP *One BelPark* Pondok Labu Jakarta Selatan perlu memperhatikan kandungan bahan-bahan yang dibuat dengan tidak adanya efek samping sehingga pelanggan merasa yakin untuk membelinya serta perlunya mendaftarkan produknya ke BPOM dan MUI.
4. Untuk penelitian ke depan perlu dengan menambah atau memasukkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel harga, promosi, lokasi, dan citra merek sehingga nilai koefisien determinasinya dapat meningkat secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaan Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2010.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2013
- Dharmmesta dan Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta:BPFE,2011.
- Saladin, Djaslim. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi 5. Bandung.:Linda Karya,2011
- Feignbaum. *Kendali Mutu Terpadu*. Edisi Ketiga Jakarta.:Penerbit Erlangga,2010.
- Terry, George. *Principles of Management* Jakarta.: PT.Bumi Aksara,2012.
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.: Penerbit Universitas Diponegoro,2012.
- Goetsch dan Darvis. *Pengantar Manajemen Mutu 2, Ed. Bahasa Indonesia*. Jakarta.: PT Prenhalindo,2011
- Handoko. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Penerbit, BPFE, 2012.
- Hasan. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta.: Penerbit CAPS,2013
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara,2014
- Hendra dan Rusly, Ronny A. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.: PT Indeks,2012.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga,2013.

- Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Rajawali Press,2011.
- Nitisemito. *Manajemen personalia Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ketiga*. Jakarta:Ghalia Indonesia, 2011
- Nugroho, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi 1 Cetakan ke-3*. Jakarta : Kencana Prenada Group,2012.
- Simamora. *Riset Pemasaran*. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Assauri, Sofian.*Manajemen Pemasaran*, Jakarta.:Rajawali Pers,2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung.:CV Alvabeta, 2015
- Tjiptono.*Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta.:Andi Offset, 2012