

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves Pada PT. Global Pharma Indonesia

Limmy Putra Jaya^{1)*}

¹⁾³⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾limmy.putra@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima 30 Oktober 2021;
Perbaikan 30 Oktober 2021;
Diterima 5 Desember 2021;
Tersedia online 15 Desember 2021

Kata kunci:

Citra Merek
Kualitas Produk
Keputusan Pembelian

Abstrak

Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan agar dapat mengetahui seberapa banyak pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode didalam melakukan kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei pada 120 responden. Analisis data yang dilakukan yakni uji hipotesis, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, dan analisis koefisien determinasi untuk melihat besarnya pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk antimicrobial powder-free examination gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Sesuai hasil kajian bisa disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk, berdampak yang cukup kuat dan positif terhadap keputusan pembelian di PT. Global Pharma Indonesia pada produk antimicrobial powder-free examination gloves. Dengan analisis koefisien determinasi diketahui untuk X1 sebesar 0,610 dan X2 sebesar 0,769, nilai tersebut memperlihatkan semakin baik citra merek dan kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk antimicrobial powder-free examination gloves.

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 merupakan awal tahun yang berat untuk seluruh dunia. Dimana terdapat pandemi covid 19 yang telah menyebar secara global begitupun Indonesia. Kasus pertama covid 19 di Indonesia telah terindikasi pada tanggal 2 Maret 2020. Virus ini menyebar begitu cepat hingga pada tanggal 9 April 2020, wabah virus covid 19 telah meluas ke 34 provinsi di Indonesia dengan DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa tengah yang merupakan provinsi dengan tingkat paparan virus paling tinggi.

Dengan terjadinya pandemi covid 19, Rumah Sakit (RS) baik Pemerintah maupun Swasta mengalami peningkatan jumlah pasien disetiap harinya. Guna menangani pasien covid 19, baik Sumber Daya Manusia (SDM) maupun peralatan dan perlengkapan kesehatan dari rumah sakit menjadi hal yang sangat krusial, karena jika tidak diperhatikan dengan baik, maka ancamannya adalah nyawa manusia. PT Global Pharma Indonesia merupakan salah satu distributor penyedia produk alat kesehatan yang berdiri sejak awal tahun 2005.

Salah satu produk alat kesehatan yang dijual oleh PT Global Pharma Indonesia adalah Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves dengan merek COSMO MED. Dimana sarung tangan antimikroba Nitril AMG ini dipersiapkan untuk membunuh mikroorganisme dibagian luar sarung tangan dengan cepat setelah kontak. Dengan keunggulan dan kualitas Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves seperti yang dijelaskan diatas, maka diharapkan produk sarung tangan tersebut dapat mengurangi resiko tertularnya virus covid 19 (Kurnia et al., 2019).

Sesuai penjelasan diatas, sehingga bisa diidentifikasi permasalahan yaitu: 1. Persaingan merek dengan kompetitor yang kuat. 2. Semakin banyaknya produk pilihan dengan kualitas dan keunggulan yang bersaing. 3. Tingginya permintaan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves di masa pandemic covid 19.

Sesuai dari identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang didapat yaitu: 1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves? 2. Bagaimana

* Corresponding author

pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves?
3. Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves?

Sesuai dari uraian rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves. 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves. 3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Citra Merek

(Fandy, 2015) menyatakan bahwa: "Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dinggung konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau ingatan konsumen."

(Limakrisna & Purba, 2017, p. 94) menyatakan bahwa: "Merek merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan posisi yang diinginkan dalam pemikiran calon pelanggan."

Kualitas Produk

(Fandy, 2015) menyatakan bahwa: "Sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti reformasi keandalan, mudah dalam penggunaan estetika dan sebagainya. Dalam definisi strategik kualitas adalah segala suatu yang mampu memenuhi keinginan dalam kebutuhan pelanggan (meeting the needs of customer)."

(Laksana, 2019, p. 59) menyatakan bahwa: "Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Edy et al., 2021)."

Keputusan Pembelian

Irawan (2002, 45-51) didalam (Suryati, 2019, p. 25) menyatakan bahwa: "Kualitas produk adalah penggerak kepuasan konsumen yang multidimensi."

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016, p. 22) menyatakan bahwa: "Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut."

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang penulis gunakan didalam menganalisa kajian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode penelitian survei ini merupakan metode penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan informasi, sampel, ataupun data-data dari responden dalam sebuah populasi yang ada. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada suatu populasi yang ada untuk mendapatkan informasi atau data yang dapat dianalisa atau diukur secara langsung yang datanya diperlukan dalam penelitian. Metode ini dilakukan dengan maksud dan tujuan sebagai penguji hipotesa yang sudah dirumuskan.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT Global Pharma Indonesia yang berdiri pada awal tahun 2005 di Indonesia yang bergerak pada bidang alat kesehatan. Sebagai pemasok produk medis, Global Pharma selalu berkomitmen dalam penyediaan seluruh permintaan institusi kesehatan, mencakup rumah sakit swasta, rumah sakit umum samapi panti jompo. PT Global Pharma Indonesia beralamat di Pergudangan Lio Baru Asri Jl. Bouraq Lio Baru blok C 1 No. 33 RT. 004 RW. 01 Kel. Batusari Kec. Batu ceper, Kota Tangerang, Banten.

Sumber Data

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dimana data atau informasi yang diperoleh dari observasi secara langsung pada objek penelitian di PT Global Pharma Indoneisa dengan melakukan penyebaran kuisisioner kepada konsumen atau pelanggan PT Global Pharma Indonesia.

Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan dari berbagai unsur yang ada dalam sebuah objek kajian. Unsur yang dimaksud bisa berwujud benda, individu, perusahaan ataupun unit – unit apa saja yang terdapat dalam objek kajian.

Teknik sampling yang digunakan dalam kajian ini yaitu dengan teknik Random sampling atau dikenal juga dengan sebutan sampel acak sederhana. Teknik ini dilakukan dengan cara pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak dan diberikan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data mempergunakan sebuah daftar pertanyaan mengenai hubungan dengan suatu topik atau masalah yang akan dibahas didalam sebuah penelitian dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan suatu konsep yang diubah menjadi variabel yang dapat diamati dan diukur dengan menggunakan hal-hal yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

Teknik Analisis Data

1. Uji Deskripsi Data

Menurut (Sugiyono, 2016, p. 147) menyatakan bahwa: “Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

2. Uji Frekuensi

Salah satu cara untuk mengatur, menyusun, atau diorganisir data yaitu dengan membuat distribusi frekuensi. Kata distribusi itu sendiri berasal dari kata distribution, yang artinya pembagian, penyaluran, atau pancaran. Sedangkan, frekuensi juga berasal dari bahasa Inggris, frequency, yang artinya keseringan, kekerapan, atau jarang-kerapnya.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan rtabel untuk taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan degree of freedom (df) = n-k dan merupakan ukuran standar yang sering dipakai dalam penelitian, jika r hitung > rtabel, maka butir-butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan apabila r hitung < rtabel, maka butir-butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa: “Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrumen dapat ditentukan sebagai berikut : 1. Jika nilai cronbach Alpha < 0,60 maka tidak reliabel. 2. Jika nilai cronbach Alpha > 0,60 maka reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah suatu data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Pengujian normalitas data ini, menggunakan metode uji statistik nonparametrik Kolmogorov Smirnov dengan dasar penilaian, yaitu :

1. Jika nilai probabilitas < taraf signifikansi 5% (0,05), maka tidak normal.
2. Jika nilai probabilitas > taraf signifikansi 5% (0,05), maka normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dapat ditemukan korelasi antar variabel bebas atau independen. Untuk mengetahui gejala multikolinearitas dalam sebuah penelitian, pada umumnya yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance , yaitu :

1. Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak ada terdapat multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya :

1. Jika terdapat pola tertentu (titik-titik) yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas (titik-titik) menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebabdan akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Berikut adalah persamaan dari regresi linier sederhana pada penelitian ini :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y Keputusan Pembelian
X Variabel Independen
a konstanta
b koefisien regresi

b. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara langsung pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Berikut adalah persamaan dari regresi linier berganda pada penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y Keputusan Pembelian
a Konstanta
b₁X₁ Koefisien Regresi Citra Merek
b₂X₂ Koefisien Regresi Kualitas Produk

c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi (Adjusted R²) pada intinya dilakukan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen dan dependen.

d. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parsial (uji statistik T) digunakan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

1. Jika nilai signifikansi $t < 0.05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $t > 0.05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

e. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan (uji statistik F) digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh variabel independen secara parsial atau individual secara keseluruhan atau simultan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value	
N		120	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39.9583333	
	Std. Deviation	5.46531654	
Most Extreme Differences	Absolute	.078	
	Positive	.058	
	Negative	-.078	
Test Statistic		.078	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.432 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.419
		Upper Bound	.445

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sesuai pada tabel di atas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,069 (Asymp. Sig. (2-tailed)) > 0,05 maka bisa diambil kesimpulan bahwa data memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

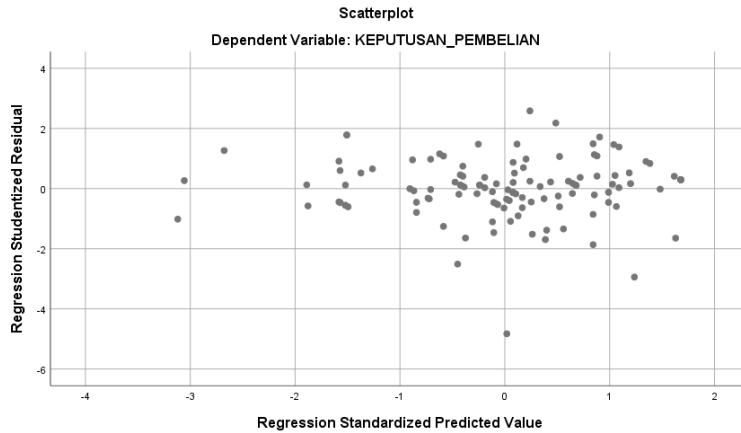
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.431	1.776		3.059	.003		
	CITRA_MERK	.068	.076	.080	.892	.374	.246	4.057
	KUALITAS_PRODUK	.806	.089	.808	9.057	.000	.246	4.057

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sesuai pada di atas, pada hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai tolerance citra merek adalah 0.246, dan nilai tolerance kualitas produk adalah 0.246. Kedua variabel independen ini menunjukkan nilai tolerance >0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas. Dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) citra merek adalah 4.057, dan nilai VIF kualitas produk adalah 4.057. Kedua variable independen ini menunjukkan nilai VIF <10 sehingga dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas



Sesuai Gambar di atas, pada hasil uji eteroskedastisitas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Keadaan ini bisa dinyatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Uji Regresi Linear Sederhana dan Berganda

1. Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana

Hasil Analisis Linear Sederhana X1 Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.317	1.922		7.450	.000		
	CITRA_MERKEK	.667	.049	.781	13.577	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, pada variabel X1 (citra merek) memiliki nilai thitung (13,577) > ttabel (1,657) dan nilai probabilitas 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh dan signifikan antara citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil Analisis Linear Sederhana X2 Kualitas Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.315	1.769		3.004	.003		
	KUALITAS_PRODUK	.875	.044	.877	19.820	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, pada variabel X1 (citra merek) memiliki nilai thitung (19,820) > ttabel (1,657) dan nilai probabilitas 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh dan signifikan antara kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.431	1.776		3.059	.003	
	CITRA_MERЕК	.068	.076	.080	.892	.374	.246
	KUALITAS_PRODUK	.806	.089	.808	9.057	.000	.246

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sesuai pada tabel di atas, bisa diidentifikasi bahwa nilai B pada kolom Unstandardized Coefficient terdiri dari nilai constant sebesar 5,431, sedangkan untuk nilai koefisien citra merek (X1) sebesar 0,068 dan nilai koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,806.

$$Y = 5,431 + 0,068X1 + 0,806X2$$

Pada saat variabel X1 (citra merek) terjadi peningkatan sebesar 1 point maka variabel Y (keputusan pembelian) akan mengalami peningkatan sebesar 0,068 dan pada saat variabel X2 (kualitas produk) terjadi peningkatan sebesar 1 point maka variabel Y (keputusan pembelian) akan mengalami peningkatan sebesar 0,806. Untuk nilai constant sebesar 5,431 menunjukkan bahwa apabila tidak terjadi peningkatan point di antara variabel X1 maupun X2 maka variabel keputusan pembelian (Y) berada pada nilai constant yakni 5,431.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.771	.767	3.00754

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, CITRA_MERЕК

Pada tabel diatas, bisa diidentifikasi bahwa nilai R Square adalah nilai Koefisien Determinasi (R²) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas (X1 dan X2) dan variabel terikat (Y). Nilai Koefisien Determinasi yang didapat yaitu 0,767 sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1) dan variabel kualitas produk (X2) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 76,7% terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji F

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3554.492	2	1777.246	196.483	.000 ^b
	Residual	1058.299	117	9.045		
	Total	4612.792	119			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, CITRA_MERЕК

Sesuai analisa tabel diatas, bisa diidentifikasi bahwa nilai Fhitung (196,483) > Ftabel (3,07) dan probabilitas 0,000 < 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Sesuai dari hasil pengujian hipotesis, bisa disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Keadaan ini membuktikan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk

Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Penetapan kesimpulan pembahasan di atas bisa dilihat hasil dari thitung sebesar 13,577 yang lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,657 serta persamaan regresinya adalah:

Hasil kajian ini selaras dengan kajian (Supangkat, 2017) yang mengemukakan bahwa citra merek terbukti menunjukkan hasil pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Sesuai hasil dari pengujian hipotesis, bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Keadaan ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Penetapan kesimpulan pembahasan di atas bisa dilihat hasil dari thitung sebesar 19,820 yang lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,657 serta persamaan regresinya adalah:

Hasil kajian ini selaras dengan kajian (Sriyanto & Utami, 2016) yang mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan keadaan yang dianggap penting terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Sesuai hasil dari pengujian hipotesis, bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Keadaan ini membuktikan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Penetapan kesimpulan pembahasan di atas bisa dilihat hasil dari Fhitung sebesar 196,483 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3,07 serta persamaan regresinya adalah:

Hasil kajian ini sesuai dengan kajian (Lesmana & Ayu, 2019) yang mengemukakan bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan terbukti berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

V. KESIMPULAN

Citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,610 artinya citra merek memberikan pengaruh sebesar 61% terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves dan sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,769 artinya kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 76,9% terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves dan sisanya sebesar 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves pada PT Global Pharma Indonesia. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,767 artinya citra merek dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 76,7% terhadap keputusan pembelian produk Antimicrobial Powder-Free Examination Gloves dan sisanya sebesar 23,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Edy, T. I., Yanti, L. D., Aprilyanti, R., & Janamarta, S. (2021). Analysis of the Compliance Level of Micro, Small and Medium Enterprises Taxpayers after the implementation of Government Regulation Number 23 of 2018. *ECO-Buss*, 3(3), 103–109.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran*. Ekonisia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurnia, Y., Isharianto, Y., Giap, Y. C., Hermawan, A., & Riki. (2019). Study of application of data mining market basket analysis for knowing sales pattern (association of items) at the O! Fish restaurant using apriori algorithm. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012047>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>

- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Supangkat, A. H. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS DI INTAKO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Tjiptono, fandy, & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. ANDI.