

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT KESEHATAN PADA PT PATRIOT MEDIKA NUSANTARA

Dewi Susilawati¹, Ratih Hastasari², Wawan Saputra³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

ARTICLE INFO

Article history:

Received Agustus 2026

Revised September 2026

Accepted September 2026

Available September 2026

dewiisus16@gmail.com¹

ratih.rhs@bsi.ac.id²

wawan.wsa@bsi.ac.id³

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan dalam industri alat kesehatan menuntut perusahaan untuk menawarkan harga yang kompetitif serta kualitas produk yang baik guna memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara. Penelitian menggunakan metode kuantitatif statistik. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian produk minimal satu kali. Populasi penelitian berjumlah 134 pelanggan, sedangkan sampel sebanyak 100 responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung sebesar $6,072 > t_{tabel} 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung sebesar $4,260 >$

$t_{tabel} 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai fhitung sebesar $141,770 > f_{tabel} 3,090$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. PT Patriot Medika Nusantara perlu mempertahankan kualitas produk serta menerapkan strategi harga yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; Alat Kesehatan

ABSTRACT

Increasing competition in the medical device industry requires companies to offer competitive prices and good product quality to influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of price and product quality on medical device purchasing decisions at PT Patriot Medika Nusantara. The study used quantitative statistical methods. Data were collected through distributing questionnaires to consumers who had purchased the product at least once. The study population was 134 customers, while a sample of 100 respondents was determined using the Slovin formula with a simple random sampling technique. Data analysis was performed using the SPSS version 24 program. The results showed that price had a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $6.072 > t$ table 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$. Product quality also had a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $4.260 > t$ table 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated f value of $141.770 > f$ table 3.090 and a significance of $0.000 < 0.05$. PT Patriot Medika Nusantara needs to maintain product quality and implement an appropriate pricing strategy to improve consumer purchasing decisions



Keywords: *Price; Product Quality; Purchasing Decisions; Medical Devices*

1. PENDAHULUAN

Produk alat kesehatan merupakan salah satu kategori yang mengalami perkembangan cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan pelayanan kesehatan. Bertambahnya merek dan produk baru mendorong persaingan antarpelaku usaha, termasuk distributor alat kesehatan, dalam menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Himawan (2024), jumlah izin edar produk alat kesehatan dalam negeri meningkat signifikan hingga lebih dari 90% dalam empat tahun terakhir. Kondisi tersebut menunjukkan berkembangnya kemampuan industri nasional dalam menyediakan produk alat kesehatan sekaligus meningkatkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

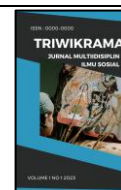
Dalam persaingan tersebut, perusahaan distributor alat kesehatan perlu memperhatikan berbagai aspek yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, terutama harga dan kualitas produk. Harga perlu disesuaikan dengan kemampuan dan pertimbangan ekonomi konsumen, sedangkan kualitas produk harus mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pengguna. Kedua aspek tersebut menjadi semakin penting pada produk alat kesehatan karena penggunaannya berkaitan dengan kebutuhan pelayanan kesehatan dan hasil perawatan.

PT Patriot Medika Nusantara merupakan perusahaan distributor alat kesehatan yang berlokasi di Tangerang dan bergerak khususnya dalam penyediaan implant orthopedi. Perusahaan ini memiliki hak eksklusif penjualan merek WASTON asal China untuk wilayah Indonesia. Produk implant orthopedi yang ditawarkan memiliki karakteristik dan tipe yang beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan rumah sakit dan subdistributor. Dalam menjalankan aktivitasnya, PT Patriot Medika Nusantara turut mendukung kebutuhan implant orthopedi pada rumah sakit pemerintah maupun swasta.

Harga merupakan salah satu aspek yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Mardia dalam Permatasari et al. (2024), harga merepresentasikan keseluruhan nilai yang diserahkan konsumen dalam proses pertukaran untuk memperoleh manfaat atau utilitas suatu produk atau jasa. Selain berkaitan dengan kemampuan konsumen, harga juga menjadi salah satu determinan dalam pencapaian laba perusahaan (Fenny et al., 2021). Pada PT Patriot Medika Nusantara, hasil pengamatan terhadap harga produk alat kesehatan selama periode 2023-2025 menunjukkan adanya dinamika harga pada berbagai kelompok produk. Gambaran perubahan tersebut disajikan secara umum pada Tabel berikut:

Tabel 1. Fenomena Perubahan Harga Produk Alat Kesehatan PT Patriot Medika Nusantara

Aspek	2023-2025	Fenomena
Perubahan harga	Terjadi pada beberapa produk	Harga mengalami penyesuaian antarperiode
Pola perubahan	Tidak seragam	Sebagian produk mengalami kenaikan, penurunan, atau relatif stabil
Faktor yang berkaitan	Kondisi bisnis dan pasar	Nilai tukar, kondisi pasar, dan kebijakan principle
Implikasi	Perlu menjaga kesesuaian nilai	Harga perlu tetap sejalan dengan kualitas dan manfaat produk



Sumber: Data Internal PT Patriot Medika Nusantara, diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa harga produk alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara mengalami dinamika selama periode 2023-2025. Perubahan tersebut tidak berlangsung dengan pola yang sama pada seluruh produk, karena terdapat produk yang mengalami kenaikan harga, penyesuaian pada periode berikutnya, maupun relatif tidak mengalami perubahan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga produk alat kesehatan bersifat dinamis dan dapat dipengaruhi oleh berbagai kondisi bisnis.

Perubahan harga tersebut dapat berkaitan dengan kondisi pasar, perubahan nilai tukar rupiah terhadap USD, serta kebijakan atau perbedaan principle. Dalam kondisi demikian, perusahaan perlu mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk yang ditawarkan. Hal ini menjadi semakin penting pada produk implant orthopedi karena keputusan pembelian tidak hanya mempertimbangkan aspek harga, tetapi juga berkaitan dengan fungsi dan kualitas produk. Dengan demikian, dinamika harga tersebut menjadi salah satu fenomena yang mendasari pentingnya menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Patriot Medika Nusantara

Selain harga, kualitas produk merupakan aspek penting dalam pembelian alat kesehatan, khususnya implant orthopedi karena berkaitan dengan kebutuhan dan keselamatan pasien. Rumah sakit dan Dokter Penanggung Jawab Pasien (DPJP) membutuhkan produk yang memiliki kesesuaian fungsi dan reliabilitas dengan kebutuhan pelayanan. Menurut Puspita dan Sihab dalam Rafflyansyah (2024), pada tahap pembelian calon pembeli memberikan perhatian terhadap dimensi fungsional dan reliabilitas produk sebagai parameter dalam menentukan pilihan. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan yang dapat membentuk keputusan pembelian.

Keputusan pembelian juga tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi dapat berkaitan dengan pertimbangan harga. Harga menjadi salah satu pertimbangan karena berhubungan dengan kemampuan anggaran dan efisiensi biaya konsumen. Pada PT Patriot Medika Nusantara, dinamika keputusan pembelian dapat diamati melalui perubahan volume penjualan produk selama periode 2023-2025. Untuk menjaga kerahasiaan data komersial perusahaan, volume penjualan disajikan dalam bentuk persentase perubahan antarperiode sebagaimana ditunjukkan pada Tabel berikut

Tabel 2. Persentase Perubahan Penjualan Produk Alat Kesehatan PT Patriot Medika Nusantara

Periode	Perubahan Penjualan	Keterangan
2023-2024	12,85%	Mengalami peningkatan
2024-2025	-1,50%	Mengalami penurunan
2023-2025	11,17%	Mengalami peningkatan secara keseluruhan

Sumber: Data Internal PT Patriot Medika Nusantara, diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel diatas, volume penjualan produk alat kesehatan PT Patriot Medika Nusantara menunjukkan perubahan selama periode 2023-2025. Pada periode 2023-2024, penjualan mengalami peningkatan sebesar 12,85%. Namun, pada periode 2024-2025 terjadi penurunan sebesar 1,50%. Meskipun demikian, apabila dibandingkan antara 2023 dan 2025, volume penjualan secara keseluruhan masih menunjukkan peningkatan sebesar 11,17%.



Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perubahan volume penjualan tidak sepenuhnya mengikuti arah perubahan harga produk. Pada periode ketika sejumlah harga produk mengalami peningkatan, volume penjualan justru menunjukkan kenaikan. Sebaliknya, ketika sejumlah harga produk mengalami penyesuaian pada periode berikutnya, volume penjualan mengalami sedikit penurunan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk alat kesehatan dapat dipengaruhi oleh lebih dari sekadar perubahan harga, sehingga aspek kualitas produk menjadi faktor yang perlu turut diperhatikan. Oleh karena itu, fenomena tersebut memperkuat pentingnya mengkaji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Patriot Medika Nusantara.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Anggreini (2020) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat herbal, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. Sebaliknya, Anto et al. (2022) menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan, sementara kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Meza et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Wahyu et al. (2024) menyimpulkan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian belum menunjukkan hasil yang konsisten. Selain itu, penelitian terdahulu memiliki objek yang berbeda, seperti produk konsumsi, obat herbal, dan marketplace. Penelitian ini berfokus pada konsumen yang telah melakukan pembelian produk alat kesehatan, khususnya implant orthopedi, pada PT Patriot Medika Nusantara. Penelitian juga secara khusus menguji harga dan kualitas produk sebagai variabel yang memengaruhi keputusan pembelian tanpa menambahkan variabel lain.

Berdasarkan fenomena perubahan harga dan penjualan serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada distributor alat kesehatan masih relevan dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara.”**

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran karena berkaitan langsung dengan nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Harga dapat memengaruhi pilihan konsumen ketika memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan layanan tertentu (Melpiana et al., 2022). Selain menunjukkan nilai moneter suatu produk, harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menilai kesesuaian antara manfaat yang diterima dengan biaya yang harus dikeluarkan. Fenny et al. (2021) menjelaskan bahwa harga berperan dalam menunjukkan nilai uang dari suatu produk.

Kewajaran harga juga menjadi aspek penting dalam membentuk kepercayaan konsumen. Harga yang dinilai wajar dan sesuai dengan keunggulan produk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan harga yang dianggap tidak sesuai dapat menyebabkan konsumen



mempertimbangkan alternatif lain (Wardah et al., 2022). Dengan demikian, harga tidak hanya dipandang sebagai nominal yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai representasi nilai produk yang dipertimbangkan konsumen dalam proses pembelian.

Tingkat harga dapat dipengaruhi oleh berbagai kondisi, baik dari lingkungan eksternal maupun internal perusahaan. Yahya et al. (2023) menjelaskan bahwa faktor yang memberi dampak terhadap tingkat harga antara lain keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, serta biaya produksi. Faktor-faktor tersebut menyebabkan perusahaan perlu mempertimbangkan kondisi pasar dan kemampuan konsumen dalam menetapkan harga produk.

Dalam penelitian ini, harga mengacu pada dimensi yang dikemukakan Kotler sebagaimana dikutip dalam Yahya et al. (2023), yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Keempat aspek tersebut menggambarkan bagaimana konsumen menilai harga suatu produk berdasarkan kemampuan finansial, kualitas yang diperoleh, harga produk sejenis di pasar, serta manfaat yang diterima.

Kualitas Produk

Kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi sesuai dengan tujuan dan kegunaannya. Kotler dan Keller mengemukakan bahwa kualitas produk berkaitan dengan sejauh mana produk mampu melaksanakan fungsinya sesuai dengan tujuan dan kegunaan (Mega et al., 2020). Kualitas produk juga menjadi bagian penting dalam upaya perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen (Baihaky et al., 2022).

Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Menurut Cesariana, kualitas produk merupakan standar keunggulan suatu barang yang berperan sebagai dasar pertimbangan pelanggan sebelum melakukan tindakan pembelian (Permatasari et al., 2024). Peningkatan kualitas produk juga dapat menciptakan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk tetap memilih produk perusahaan dibandingkan produk pesaing (Yusnandar, 2024).

Kualitas produk dapat memberikan manfaat melalui kemampuan produk dalam menjalankan fungsi, keberadaan fitur yang membedakannya dari produk pesaing, serta desain yang memberikan nilai tambah bagi konsumen (Nadya et al., 2022). Dalam konteks produk alat kesehatan, kualitas menjadi aspek yang penting karena berkaitan dengan fungsi, keandalan, dan konsistensi produk dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Menurut Kotler sebagaimana dikutip dalam Daga (2017), kualitas produk dapat dilihat melalui level (performance quality) dan konsistensi (conformance quality). Performance quality berkaitan dengan kemampuan produk menjalankan fungsi dan memberikan keunggulan tertentu, sedangkan conformance quality berkaitan dengan kemampuan produk memberikan kinerja secara konsisten sesuai dengan mutu yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, kualitas produk diukur berdasarkan indikator yang dikemukakan Kotler dalam Daga (2017), yaitu ketahanan (durability), desain (design), kualitas bahan (material), bebas dari cacat atau kegagalan (freedom from defects), dan konsistensi (consistency). Indikator tersebut



digunakan untuk menggambarkan penilaian konsumen terhadap kualitas produk alat kesehatan yang ditawarkan oleh PT Patriot Medika Nusantara.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahapan ketika konsumen menentukan pilihan terhadap produk setelah melakukan pertimbangan atas berbagai alternatif yang tersedia. Aprilia (N., 2021) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan penentuan akhir untuk membeli setelah konsumen melakukan peninjauan terhadap produk dan membandingkan berbagai pilihan. Sejalan dengan hal tersebut, Barus et al. (2021) memandang keputusan pembelian sebagai suatu proses bertahap yang dilakukan konsumen dalam menilai suatu produk sebelum memutuskan untuk memilikinya.

Firmansyah menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan proses menetapkan pilihan untuk bertransaksi setelah seseorang mengidentifikasi alternatif yang tersedia dan mempertimbangkannya sesuai dengan kebutuhan (Permatasari et al., 2024). Dengan demikian, keputusan pembelian tidak hanya berkaitan dengan tindakan membeli, tetapi merupakan hasil dari proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga penilaian setelah pembelian.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kotler dan Keller mengemukakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dapat memberikan dampak terhadap proses pengambilan keputusan pembelian (Selvia, M. et al., 2022). Faktor-faktor tersebut memengaruhi cara konsumen mengenali kebutuhan, memperoleh informasi, mengevaluasi alternatif, dan menentukan pilihan produk.

Menurut Kotler dan Keller sebagaimana dikutip dalam Arfah (2022), proses keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Konsumen terlebih dahulu mengenali kebutuhan, kemudian mencari informasi yang relevan, membandingkan alternatif yang tersedia, menentukan pilihan pembelian, dan selanjutnya mengevaluasi pengalaman setelah menggunakan produk.

Dalam penelitian ini, keputusan pembelian mengacu pada indikator yang digunakan dalam Arfah (2022), yaitu kesadaran akan kebutuhan, mencari informasi melalui media sosial, bertanya kepada orang lain, membandingkan produk atau merek, menilai manfaat dan harga, pemilihan tempat atau toko, kepuasan atau ketidakpuasan, serta keinginan membeli ulang. Indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan proses dan hasil keputusan konsumen dalam melakukan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara.

Hubungan Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

Harga dan kualitas produk merupakan dua aspek yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Harga memberikan gambaran mengenai pengorbanan finansial yang harus dikeluarkan, sedangkan kualitas produk menggambarkan manfaat dan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen dapat mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas serta manfaat yang diperoleh sebelum menentukan keputusan pembelian.



Dalam konteks alat kesehatan, pertimbangan tersebut menjadi relevan karena konsumen tidak hanya memperhatikan nilai ekonomis produk, tetapi juga kualitas dan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya. Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara, baik secara parsial maupun simultan.

2. METODE

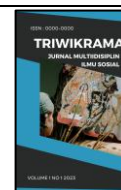
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini menguji hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik melalui analisis statistik (Sugiyono, 2023). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas harga (X1) dan kualitas produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Penelitian dilaksanakan pada PT Patriot Medika Nusantara dengan subjek penelitian berupa pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk alat kesehatan pada perusahaan tersebut. Populasi penelitian berjumlah 134 pelanggan yang tercatat pada data perusahaan, dengan kriteria telah melakukan pembelian produk PT Patriot Medika Nusantara minimal satu kali. Sampel ditentukan menggunakan simple random sampling, yaitu setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 100 responden (Rai Utama, 2016).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi produk, proses penjualan, serta interaksi pemasaran pada PT Patriot Medika Nusantara. Kuesioner diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian untuk memperoleh data mengenai persepsi terhadap harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert 1-5, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju (Devriany, 2023). Data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, jurnal, buku, artikel, hasil penelitian terdahulu, dan sumber tertulis lain yang relevan.

Pengukuran variabel harga (X1) mengacu pada dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat sebagaimana dikutip dalam Yahya et al. (2023). Variabel kualitas produk (X2) diukur melalui indikator ketahanan, desain, kualitas bahan, bebas dari cacat atau kegagalan, dan konsistensi (Daga, 2017). Sementara itu, keputusan pembelian (Y) diukur melalui indikator kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi melalui media sosial, bertanya kepada orang lain, membandingkan produk atau merek, menilai manfaat dan harga, pemilihan tempat atau toko, kepuasan atau ketidakpuasan, serta keinginan membeli ulang (Arfah, 2022). Secara keseluruhan, instrumen penelitian terdiri atas 33 pernyataan, yaitu 8 pernyataan untuk harga, 10 pernyataan untuk kualitas produk, dan 15 pernyataan untuk keputusan pembelian.

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap item dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen. Item



dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel, sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Noor, 2017; Afrianti et al., 2022).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 24. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas untuk memastikan kelayakan model regresi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian serta uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel harga dan kualitas produk dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian (Sugiyono, 2019; Sufiyati et al., 2021).

Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

e = Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Responden

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan yang telah membeli produk PT Patriot Medika Nusantara minimal satu kali. Pengumpulan data dilakukan pada 13-20 Mei 2026 dan selanjutnya diolah menggunakan SPSS versi 24.

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pengalaman pembelian produk. Karakteristik tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	36	36%
	Perempuan	64	64%
Total		100	100%
Usia	<20 tahun	4	4%
	21-30 tahun	71	71%
	31-40 tahun	15	15%
	>40 tahun	10	10%
Total		100	100%



Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Pernah membeli produk	Ya	100	100%
	Tidak	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel diatas, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 64 orang (64%), sedangkan laki-laki sebanyak 36 orang (36%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 21-30 tahun sebanyak 71 orang (71%), diikuti usia 31-40 tahun sebanyak 15 orang (15%), lebih dari 40 tahun sebanyak 10 orang (10%), dan kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang (4%). Seluruh responden atau 100 orang (100%) memenuhi kriteria penelitian karena pernah membeli produk PT Patriot Medika Nusantara minimal satu kali.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel pada tingkat signifikansi 5%. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh derajat kebebasan (df) sebesar 98 sehingga nilai r -tabel adalah 0,196. Hasil pengujian validitas seluruh item diringkas pada Tabel berikut.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r -hitung	r -tabel	Keterangan
Harga (X1)	8	0,563-0,717	0,196	Seluruh item valid
Kualitas Produk (X2)	10	0,504-0,750	0,196	Seluruh item valid
Keputusan Pembelian (Y)	15	0,462-0,697	0,196	Seluruh item valid

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Hasil pada Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian memiliki nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel 0,196. Dengan demikian, seluruh 33 item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Afrianti et al., 2022).

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	8	0,792	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	10	0,837	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	15	0,875	Reliabel

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Harga sebesar 0,792, Kualitas Produk sebesar 0,837, dan Keputusan Pembelian sebesar 0,875. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

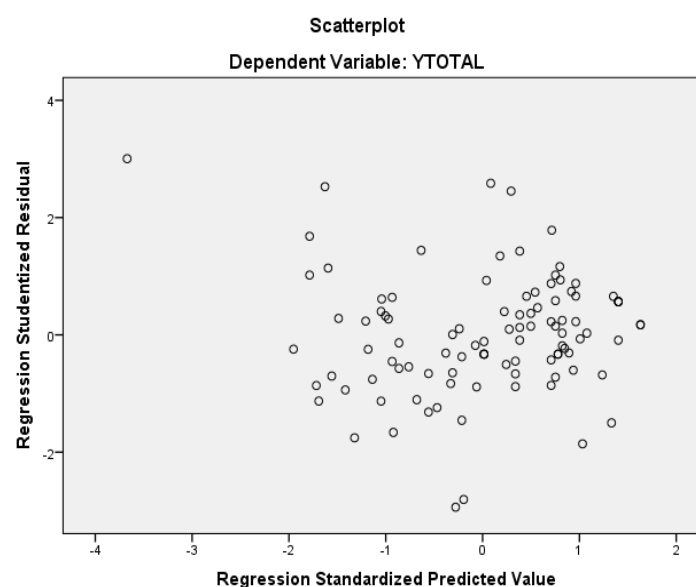
Parameter	Nilai
N	100
Mean residual	0
Std. Deviation	4,592135
Test Statistic	0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,2

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual dalam model regresi berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Scatterplot. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah penulis, 2026.



Berdasarkan hasil Scatterplot, titik-titik residual tersebar secara tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,342	2,923	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Produk (X2)	0,342	2,923	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Hasil pada Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki nilai Tolerance sebesar 0,342, lebih besar dari 0,10, serta nilai VIF sebesar 2,923, lebih kecil dari 10. Dengan demikian, tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan jumlah responden sebanyak 100 dan dua variabel independen, derajat kebebasan dihitung dengan rumus:

$$df=n-k-1=100-2-1=97$$

Pada tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Hasil pengujian disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (t)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	10,75	3,131	-	3,433	0,001
Harga (X1)	0,9	0,148	0,532	6,072	0
Kualitas Produk (X2)	0,55	0,129	0,373	4,26	0

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Hasil pada Tabel 6 menunjukkan bahwa Harga (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,072 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar daripada t tabel 1,984 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Selanjutnya, Kualitas Produk (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,260 dengan signifikansi 0,000. Nilai t hitung tersebut lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, sehingga Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.



Uji Simultan (F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Dengan df1 sebesar 2 dan df2 sebesar 97, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,090. Hasil pengujian ditampilkan pada Tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6102,507	2	3051,254	141,77	0
Residual	2087,683	97	21,523	-	-
Total	8190,19	99	-	-	-

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar 141,770, lebih besar daripada F tabel sebesar 3,090, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel Harga dan Kualitas Produk dalam menjelaskan variasi Keputusan Pembelian.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,863	0,745	0,74	4,639

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Nilai R Square sebesar 0,745 menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 74,5% variasi Keputusan Pembelian. Sementara itu, sebesar 25,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Selain koefisien determinasi simultan, kontribusi masing-masing variabel secara parsial dihitung menggunakan rumus:

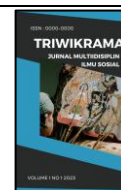
$$KD = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Tabel 11. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial

Variabel Independen	Beta $\times$ Zero Order	Hasil	Kontribusi
Harga (X1)	$0,532 \times 0,835$	0,44	44,40%
Kualitas Produk (X2)	$0,373 \times 0,805$	0,3	30,10%
Total			74,50%

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel diatas, Harga memberikan kontribusi parsial sebesar 44,4%, sedangkan Kualitas Produk memberikan kontribusi parsial sebesar 30,1% terhadap Keputusan Pembelian. Kedua kontribusi tersebut menghasilkan total sebesar 74,5%, sesuai dengan nilai R Square pada model regresi.



Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya perubahan Keputusan Pembelian sebagai akibat perubahan Harga dan Kualitas Produk.

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t
(Constant)	10,75	3,131	-	3,433
Harga (X1)	0,9	0,148	0,532	6,072
Kualitas Produk (X2)	0,55	0,129	0,373	4,26

Sumber: Data diolah penulis, 2026.

Berdasarkan nilai *unstandardized coefficients*, persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 10,750 + 0,900X_1 + 0,550X_2$$

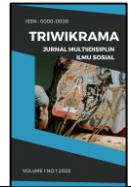
Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 10,750 berarti apabila Harga dan Kualitas Produk dianggap konstan, maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 10,750. Koefisien Harga sebesar 0,900 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Harga, dengan asumsi variabel lainnya konstan, akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian sebesar 0,900. Sementara itu, koefisien Kualitas Produk sebesar 0,550 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kualitas Produk akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian sebesar 0,550 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Kedua koefisien yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan positif antara masing-masing variabel independen dengan Keputusan Pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Patriot Medika Nusantara, dengan nilai t hitung $6,072 > 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga memberikan kontribusi parsial sebesar 44,4%. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk, semakin tinggi kecenderungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil deskriptif yang menunjukkan bahwa pernyataan mengenai kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk memperoleh rata-rata 4,1 dan termasuk kategori baik.

Dalam konteks produk alat kesehatan, pertimbangan harga tidak hanya berkaitan dengan nominal yang harus dibayarkan, tetapi juga dengan kesesuaian antara harga, kualitas, dan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, persepsi konsumen terhadap kewajaran harga menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Anto et al. (2022) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa kesesuaian harga dengan nilai produk menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen PT Patriot Medika Nusantara.



Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $4,260 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel ini memberikan kontribusi parsial sebesar 30,1%. Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa pernyataan *“Produk alat kesehatan yang saya beli di PT Patriot Medika Nusantara sesuai dengan harapan saya”* memperoleh rata-rata 4,30 dan termasuk kategori sangat baik.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesesuaian produk dengan harapan konsumen menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian produk alat kesehatan. Produk dengan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Meza et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian implant orthopedi. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu aspek yang perlu dipertahankan oleh PT Patriot Medika Nusantara dalam mendukung keputusan pembelian konsumennya.

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai F hitung sebesar $141,770 > F$ tabel 3,090 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,745 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan 74,5% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan 25,5% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk alat kesehatan tidak hanya berkaitan dengan persepsi terhadap harga atau kualitas produk secara terpisah, tetapi juga dengan kombinasi keduanya. Harga yang dipersepsikan sesuai dengan nilai produk, apabila disertai kualitas yang memenuhi harapan konsumen, dapat mendukung terbentuknya keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wahyu et al. (2024) yang menemukan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan. Oleh karena itu, hasil penelitian menegaskan pentingnya memperhatikan kesesuaian harga dan mempertahankan kualitas produk secara bersamaan dalam mendukung keputusan pembelian konsumen PT Patriot Medika Nusantara.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 konsumen PT Patriot Medika Nusantara, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian alat kesehatan. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,900, sedangkan hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar $6,072 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien regresi sebesar 0,550 dengan nilai t hitung sebesar $4,260 > 1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk berkaitan dengan peningkatan keputusan



pembelian. Dalam konteks produk alat kesehatan, aspek ketahanan, desain, kualitas bahan, keamanan, dan konsistensi produk menjadi bagian yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan pembelian.

Secara simultan, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung sebesar $141,770 > 3,090$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,745 menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 74,5% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan 25,5% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, kesesuaian harga dengan nilai produk dan pemeliharaan kualitas produk merupakan dua aspek yang secara bersama-sama berkaitan dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian alat kesehatan pada PT Patriot Medika Nusantara.

Saran

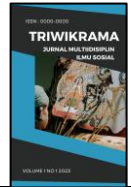
Berdasarkan temuan penelitian, PT Patriot Medika Nusantara disarankan untuk mempertahankan kesesuaian antara harga, kualitas, dan manfaat produk yang ditawarkan. Dalam aspek harga, perusahaan dapat melakukan evaluasi harga secara berkala dengan mempertimbangkan kemampuan dan anggaran pelanggan, perkembangan harga kompetitor, serta nilai manfaat yang diberikan oleh produk. Strategi tersebut dapat dilakukan tanpa mengurangi standar kualitas alat kesehatan sehingga daya saing produk tetap terjaga.

Dalam aspek kualitas produk, perusahaan disarankan memperkuat proses quality control dan evaluasi ketahanan produk secara berkelanjutan. Perusahaan juga dapat mempertahankan dan mengembangkan karakteristik produk yang mendukung kebutuhan pengguna, antara lain desain yang anatomis, profil produk yang relatif tipis (low profile), serta instrumentasi yang user-friendly. Karakteristik tersebut dapat mendukung kemudahan, kenyamanan, dan efektivitas penggunaan produk dalam prosedur pemasangan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi berkaitan dengan Keputusan Pembelian, seperti kualitas pelayanan, promosi, kepercayaan pelanggan, citra perusahaan, atau faktor lainnya. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas objek, wilayah penelitian, dan jumlah responden agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk alat kesehatan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, F., & Oktawahyudi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Trilliun pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 152. <https://www.jiss.publikasiindonesia.id.solusipublish.com/index.php/jiss/article/view/528>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/https://jmua.fmipa.unand.ac.id/index.php/jmua/article/view/423>
- Anggreini, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(8), 1.

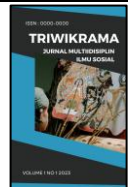


<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3564/3581>

- Anto, Tulim; Edy, Firmansyah; Kelvin, M. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Pada PT. Mitra bersama Sejahtera Abadi. *Manajemen*, 1(2), 1. <https://journal.literasisains.id/index.php/MAMEN>
- Aprilia, N., & T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34-46. <https://doi.org/https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution, Ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.*
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (Konsep)*, 2(1), 616-626. <https://ojs.polmed.ac.id>
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan (21-50) Sulawesi Selatan: *Global Research and Consulting Institute (Global-RCI)*, 21-50.
- Devriany, A. (2023). *Instrumen Penelitian. In Buku Ajar Metode Penelitian.* CV Science Techno Direct.
- Elvera & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian.* Penerbit ANDI.
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1). <http://ejournal.lmiimedan.net>.
- Hafni, S. (2021). *Analisis Regresi. In Metodologi Penelitian.* KBM Indonesia.
- Himawan, R. (2024). *Peningkatan Adopsi Teknologi Baru dan Kapasitas Produksi Alkes Lokal Guna Mengurangi Dominasi Produk Impor.* Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://farmalkes.kemkes.go.id/2024/06/kemenkes-lakukan-peningkatan-adopsi-teknologi-baru-dan-kapasitas-produksi-alkes-lokal-guna-mengurangi-dominasi-produk-impor/>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. BIP"s. *JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 13(2), 88-101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>
- Mega Puspita, C., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX, 268-275. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28079>



- Melpiana, E., & Sudrajat, A. (2022). Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow Beauty. *Management & Accounting Expose E-ISSN*, x(No. x), 106-118.
- Meza, Alvictor O.A; Diana, Juni M; Awin, M. (2024). Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Implant Orthopedi Pada Pt. Arthrotech. *Dinamika Administrasi Bisnis*, 10(1), 1. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/>
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350-363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Noor, J. (2017). *Skala Pengukuran. In Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Permatasari, Dian Dini, dan A. E. Y. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mc Donald Manyar Kertoarjo Pada Masyarakat Umum. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9), 4. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6085/6138>
- Rafflyansyah, M. D. A. (2024). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada pt risky putra pradana palembang*. https://repository.unsri.ac.id/157907/3/RAMA_61201_01011382025169_0025127510_01_front_ref.pdf
- Rahmawati, M., & Fintariasari, M. (2021). The Effect of Brand Equity toward Purchasing Decision of HP Laptop in Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management*, 1(3), 341-346. <https://doi.org/10.53697/jim.v1i3.212>
- Rai Utama, I. G. B. R. (2016). *Teknik Sampling dan Penentuan Jumlah sampel*. Universitas Dhyana Pura.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10-16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Selvia, M., & Tumbel, A. L. (2022). The Effect Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Scarlett Whitening Products On Students Of The Faculty Of Economics And Business Sam Ratulangi Manado University. *In Djemly 320 Jurnal EMBA*, 10(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>
- Siska, & Wulandari. (2022). *Naskah Penelitian Metode Kuantitatif*. SUDAH ISBN.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *CV Budi Utama*. ((1st ed.)).
- Sufiyati, A., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Kepuasan Kerja



Terhadap Kinerja Karyawan PT Tedco Agri Makmur Lampung Tengah. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 1(1). <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/1085/367>

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (2nd ed.). Alfabeta.

Wahyu Nur; Ony, Kurniawati; & Baramadya, S. (2024). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek Human pada PT. Media Diagnostika Surabaya. *Simki Economic*, 7(2), 1. <https://jipeds.org/index.php/JSE>

Wardah Robiah, D., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 433-441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>

Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623-635. <https://doi.org/10.33197/jbme.vol20.iss1.2022.1057>.

Yusnandar, W. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Formal. 2(6), 506-519. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1520>.