



Pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang

Aulia Musfirotur Rokhim¹, Tri Yulistyawati Evelina², Achmad Zaini³

Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia^{1,2,3}

*Email: auliamusfirotur@gmail.com ; trievelina@polinema.ac.id ; achmad.zaini@polinema.ac.id

Diterima: 21-10-2025 | Disetujui: 31-10-2025 | Diterbitkan: 02-11-2025

ABSTRACT

The health industry is a growing sector because many people need the provision of medical devices. Lumajang Regency has great potential in developing medical device distributors, supported by infrastructure growth and the increasing need for quality medical services. The purpose of this study is to analyze the effect of service quality and product differentiation on purchasing decisions at the Sapta Medika Lumajang Health Equipment Store. This research was quantitative research with variables of service quality, product differentiation and purchasing decisions. The data collection was done through observation, interviews and questionnaires using Google Form. Using purposive sampling technique, 100 consumer respondents were obtained at the Sapta Medika Lumajang Health Equipment Store. The data analysis used validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test and hypothesis test. The results of the analysis showed that service quality partially had a positive and significant effect on purchase decisions, product differentiation partially had a positive and significant effect on purchase decisions, service quality and product differentiation simultaneously had a positive and significant effect on purchase decisions. It is concluded that the service quality and product differentiation variable have an influence on purchase decisions. Thus, the Sapta Medika Lumajang Health Equipment Store is expected to continue improving the quality of service and provide information on the advantages of product differentiation. Both of these are expected to influence consumers to make purchasing decisions and strengthen business continuity in the long term.

Keywords: Service Quality; Product Differentiation; Purchasing Decision; Health Equipment Store; Sapta Medika Lumajang.

ABSTRAK

Industri kesehatan menjadi bidang yang terus berkembang karena banyak masyarakat membutuhkan penyediaan alat kesehatan. Kabupaten Lumajang memiliki potensi besar dalam pengembangan penyalur alat kesehatan, didukung oleh pertumbuhan infrastruktur dan meningkatnya kebutuhan akan layanan medis yang berkualitas. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel kualitas layanan, diferensiasi produk dan keputusan pembelian. Pengumpulan data dilakukan melalui

observasi, wawancara dan kuesioner menggunakan *Google Form*. Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 100 responden konsumen di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, diferensiasi produk berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan dan diferensiasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, Toko Alat Kesehatan Sapta medika Lumajang diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan informasi dari keunggulan diferensiasi produk yang dimiliki. Kedua hal tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan memperkuat kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Katakunci: Kualitas Layanan; Diferensiasi Produk; Keputusan Pembelian; Toko Alat Kesehatan; Sapta Medika Lumajang.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Aulia Musfirotur Rokhim, Tri Yulistyawati Evelina, & Achmad Zaini. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1566-1575. <https://doi.org/10.63822/azzqf182>

PENDAHULUAN

Industri kesehatan menjadi bidang yang terus berkembang karena banyak masyarakat membutuhkan penyediaan alat kesehatan. Mengutip dari website Indonesia.Go.Id (Portal Informasi Indonesia) industri alat kesehatan Indonesia semakin tangguh, dengan penyerapan produk dalam negeri yang melonjak hingga 48% di 2024. Kolaborasi pemerintah dan pelaku industri membuka jalan menuju kemandirian alkes yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Persaingan semakin ketat seiring bertambahnya jumlah toko alat kesehatan yang beroperasi diberbagai daerah. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan alat kesehatan. Hal ini, juga terjadi di banyak kota dan kabupaten yang ada di Indonesia termasuk Kabupaten Lumajang, yang mengalami perkembangan signifikan terkait persaingan dalam bidang penyalur alat kesehatan.

Kabupaten Lumajang memiliki potensi besar dalam pengembangan penyalur alat kesehatan, didukung oleh pertumbuhan infrastruktur dan meningkatnya kebutuhan akan layanan medis yang berkualitas. Terdapat berbagai fasilitas kesehatan, seperti rumah sakit, klinik dan apotek yang tersebar akan membuka peluang bagi penyalur alat kesehatan. Di kabupaten Lumajang terdapat salah satu toko alat kesehatan terpopuler nomor satu yaitu Toko Alat Kesehatan Sapta Medika, toko ini sudah beroperasi selama empat tahun. Mengingat persaingan yang semakin ketat di pasar alat kesehatan, sangat penting bagi pelaku usaha, khususnya pengelola Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang, untuk terus meningkatkan keputusan pembelian.

Kualitas layanan dan diferensiasi produk merupakan faktor penting dalam pengambilan Keputusan pembelian. Sulistiyowati (2018:72) perusahaan sangatlah penting untuk meningkatkan kualitas layanan secara terus-menerus agar memenangkan persaingan dengan kompetitor usaha yang sejenis. Anwar dan Siswanto (2020) diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan diferensiasi produk yang ditawarkan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian karena mengetahui perbedaan produk. Dalam hal ini, apa kualitas layanan dan diferensiasi yang terdapat di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang dapat mendorong keputusan pembelian oleh konsumen.

Hasil penelitian sebelumnya Astutik dan Sholihin (2024) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan diferensiasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Putra dan Imuliyati (2022) terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. sangat relevan dalam konteks bisnis, terutama di sektor alat kesehatan. Penting bagi Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang untuk tetap memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Indrasari (2019) kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan kualitas layanan bukan suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini berupa peningkatan kualitas layanan agar semakin lebih baik lagi. Menurut Anugrah dan Sudarmayasa (2020) pelayanan merupakan suatu tindakan kegiatan yang ditawarkan

atau dilakukan pihak lain yang memberikan manfaat. Adapun 4 indikator kualitas layanan yang terdiri dari keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Diferensiasi Produk

Menurut Sudaryono (2018) diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar beda, juga diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing. Menurut Kotler & Keller (2016:26) diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan kompetitor bahkan melebihinya, sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan serta kepentingan konsumen yang paling istimewa. Adapun 4 indikator diferensiasi produk yang terdiri dari mutu kinerja, keandalan, mudah diperbaiki, rancangan.

Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi (2019) proses pengambilan keputusan pembelian rumit melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Keputusan mensyaratkan pilihan beberapa perilaku yang berbeda. Menurut Wulandari dan Mulyanto (2024) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual. Terdapat 3 indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu tujuan dalam membeli sebuah produk, kemantapan pada sebuah produk dan melakukan pembelian ulang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Balaka (2022) penelitian menggunakan metode kuantitatif berarti penelitian yang telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru dengan data penelitian berupa angka dan analisis statistik.

Menurut Zulfikar (2024) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini kelompok masyarakat sebagai konsumen di Toko Alat Kesehatan Lumajang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil haruslah mewakili (*representatif*). Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan Tingkat kesalahan 10%, diperoleh hasil jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini diperoleh melalui observasi atau pengamatan dan wawancara serta penyebaran kuesioner berbasis QR Code yang dibuat menggunakan Google Form. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dapat dikatakan data sekunder memiliki sifat sebagai pendukung keperluan data primer. Data diperoleh dari buku, *ebook*, jurnal serta data

internal Toko Alat Kesehatan Sapta Medika yaitu data penjualan dan lainnya. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions) Statistics Version 29*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas dalam sebuah penelitian digunakan sebagai pengukur sah atau tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat menggambarkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas menggunakan rumus $df = n - 2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan nilai signifikan 5% (0,05). Maka $df = 100 - 2 = 98$, nilai signifikansinya 0,1654. Jika r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan nilai positif dan nilai $sig. < 0,05$ maka disimpulkan bahwa semua indikator valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0.797	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.2	0.697	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.3	0.691	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.4	0.465	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.5	0.775	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.6	0.765	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.7	0.794	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X1.8	0.810	0.1654	<0.001	0,05	Valid
Diferensiasi Produk (X2)	X2.1	0.806	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.2	0.800	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.3	0.726	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.4	0.731	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.5	0.755	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.6	0.660	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.7	0.707	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	X2.8	0.619	0.1654	<0.001	0,05	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.597	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	Y.2	0.673	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	Y.3	0.726	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	Y.4	0.608	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	Y.5	0.710	0.1654	<0.001	0,05	Valid
	Y.6	0.708	0.1654	<0.001	0,05	Valid

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 1. diketahui semua pernyataan-pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas layanan (1), variabel diferensiasi produk (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) adalah valid

Uji Reliabilitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Cronbach*

α (α), dimana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* (α) > 0,70.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

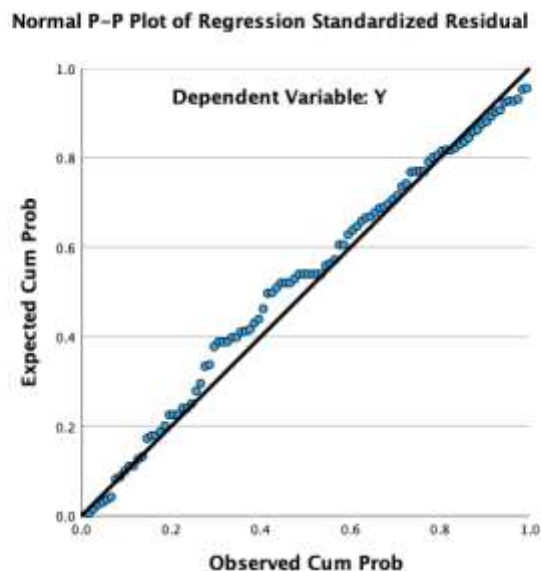
Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar	Keterangan
X1	0,871	0,70	Reliabel
X2	0,871	0,70	Reliabel
Y	0,726	0,70	Reliabel

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan nilai *alpha* pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0.871, variabel diferensiasi produk (X2) sebesar 0.871 dan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0.726. Hal ini disimpulkan bahwa hasil pernyataan responden digunakan pada penelitian ini adalah dapat diandalkan atau reliabel karena *Cronbach Alpha* dari variabel X1, X2 dan Y > 0,70.

Uji Normalitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal dalam model regresi. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan gambar 1. Grafik P-Plot menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan menyebar mengikuti arah garis diagonal. Sehingga disimpulkan data terdistribusi normal. Maka, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatna (2020) pedoman keputusan multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ (tidak terjadi multikolinearitas) dan nilai *Tolerance* $< 0,10$ (terjadi multikolinearitas). Sedangkan berdasarkan nilai *variance inflating factor* (VIF). Jika nilai VIF $< 10,00$ (tidak terjadi multikolinearitas) dan nilai VIF $> 10,00$ (terjadi multikolinearitas).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

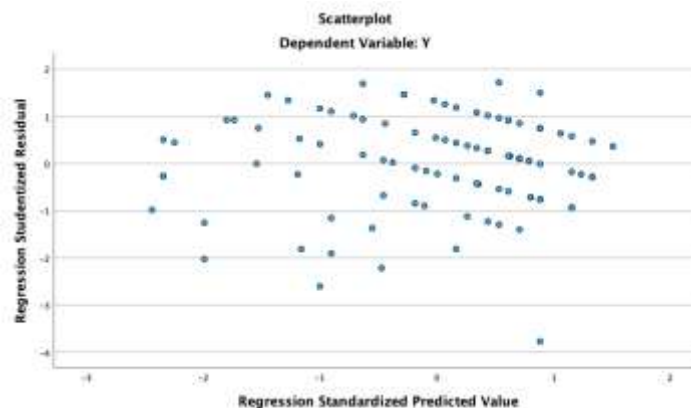
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
X1	0,476	2,103	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,476	2,103	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* dari kedua variabel sebesar 0,476 sehingga nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) X1 dan X2 sebesar 2,103 < 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai ZPRED (nilai prediksi variabel terikat) dengan SRESID (nilai residualnya). Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dimana sumbu Y adalah Y yang terprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi dan Y sesungguhnya).



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan gambar 2. menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Analisa Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018:307) analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk

Pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian
di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang
(Rokhim, et al.)

meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,747	1,848		0,945	0,347
X1 Total	0,334	0,079	0,410	4,226	<0,001
X2 Total	0,315	0,076	0,401	4,141	<0,001

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4. didapat persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut:

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

$$Y = 1,747 + 0,334X_1 + 0,315X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut, didapat penjelasan yaitu:

1. Nilai konstanta $a = 1,747$
Artinya apabila variabel-variabel bebas yang terdiri kualitas layanan (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) diasumsikan nol maka variabel keputusan pembelian (Y) akan bernilai sama dengan nilai konstanta yaitu sebesar 1,747.
2. Nilai koefisien regresi (b_1) variabel kualitas layanan (X_1) = 0,334
Menurut kualitas layanan (X_1) berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b_1 = 0,334$ artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 1 poin maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,334.
3. Nilai koefisien regresi (b_2) variabel diferensiasi produk (X_2) = 0,315
Menurut diferensiasi produk (X_2) berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk (X_2) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b_2 = 0,315$, artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 1 poin maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,315.

Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2021:147) koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 kecil berarti variabel independen menjelaskan variasi dependen terbatas.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjust R Square
1	0,753	0,567	0,558

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 5. *Adjust R Square* (R^2) sebesar 0,558 Dengan demikian dijelaskan kemampuan

variabel-variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y adalah 0,558 atau 55,8%, sedangkan sisanya (100% - 55,8 %) = 44,2 % berasal dari kontribusi variabel lain diluar dari penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2019:161) uji t adalah pengujian koedisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel indenpenden (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Nilai t_{tabel} ditentukan dengan rumus $df=n-k-1$, $df=100-2-1=97$ menggunakan menggunakan signifikan 0.05, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,66071.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Sig. Tabel	Keterangan
X1	4,226	1,66071	<0,001	0,05	H_0 ditolak, H_1 diterima
X2	4,141	1,66071	<0,001	0,05	H_0 ditolak, H_2 diterima

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 6, diperoleh hasil uji parsial (uji t), sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan diperoleh nilai t_{hitung} positif 4,226 > t_{tabel} (1,66071) dan signifikan (<0,001) < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian disimpulkan kualitas layanan (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Variabel diferensiasi produk diperoleh nilai t_{hitung} positif 4,141 > t_{tabel} (1,66071) dan signifikan (<0,001) < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian disimpulkan diferensiasi produk (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2019) uji F_{tabel} adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara Bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Nilai F tabel ditentukan dengan rumus $df = n-k-1$, $df = 100-2-1$, $df = 97$ menggunakan signifikan 0.05, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,09.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Sig. Tabel	Keterangan
64,444	3,09	<0,001	0,05	H_0 ditolak, H_3 diterima

Sumber: (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 7. Dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 64,444 > 3,09 (F_{tabel}) serta sig. <0,001, sehingga H_0 ditolak, H_3 diterima. Dengan demikian variabel kualitas layanan (X1) dan diferensiasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa baik secara parsial dan simultan pada

variabel kualitas layanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang berpengaruh positif dan signifikan. Agar dapat memenangkan persaingan pasar dibandingkan pesaing perlu menerapkan kualitas layanan yang baik dan konsisten, meningkatkan keputusan pembelian dengan menjelaskan aspek diferensiasi produk secara jelas dan rinci kepada konsumen. Dengan demikian dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen penting menerapkan kualitas layanan yang berkualitas serta keunggulan diferensiasi produk yang ditonjolkan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, Krishna dan I Wayan Sudarmayasa. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi*, Gorontalo: Ideas Publishing.
- Anwar, A. S., & Siswanto, D. S. (2020). Pengaruh Differensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pendekatan Partial Least Square Sem Smartpls. *KarismaPro*, 11(2), 58-73.
- Astutik, Diyah., Widodo, Eko. & Sholihin, Ustadatus. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Diferensiasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Mekar Swalayan. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(7), 124–134.
- Balaka, M.Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jawa Barat: CV. Widina Media Utama
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imuliyati & Putra, M. T. I. (2022). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT.Hygea Sumber Bintang di Samarinda. *Cendikia (Jurnal Pendidikan dan Pengajaran)*. Vol.9, 140-149.
- Indonesia.go.id. Industri Alat Kesehatan Melesat, Produk Dalam Negeri. Diakses pada 18 Januari 2025. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8548/industri-alat-kesehatan-melesat-produk-dalam-negeri-kini-kuasai-48-persen-pasar?lang=1>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kusumaningra, C. I. M. dan Putra, I. (2022). Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*. 2460-030x.
- Priyatna, Surya Eka. (2020). *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Banjarmasin: Yayasan Kita Menulis.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Setiadi, J Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Sulistiyowati, Wiwik. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo. UMSIDA (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo) PRESS.
- Zulfikar, Rizka., dkk. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik)*. Bandung: Widina Media Utama.