

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT KESEHATAN MEREK GEA PADA PT. OKSIGEN MEDIKA TEKNIK DENPASAR

Oleh :
Ni Kadek Sri Wahyuni

ARTICLE INFO

Article history:

Received

Revised

Accepted

ABSTRACT

This study entitled The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of GEA Brand Medical Devices at PT. Oxygen Medika Teknik Denpasar. The purpose of this study was to determine the effect of brand image and product quality that has the most dominant influence on purchasing decisions. This research was conducted at PT. Oxygen Medika Teknik Denpasar. The types of data used in this study are quantitative data and qualitative data. The data sources used in this study are primary data and secondary data. Techniques for collecting data in this study are observations, interviews, questionnaires and documentation studies. The sample used was 65 respondents and the sampling technique was done by purposive sampling. Data Analysis Techniques used are Quantitative Analysis, namely Analysis of Multiple Linear Regression, Determination Analysis, Statistical Analysis t Test (t-test) and Test Statistical Analysis F (F-test) using computer assistance program SPSS version 22 for windows Based on the results of analysis obtained that the Brand Image and Product Quality have a positive and significant effect partially and simultaneously on the Purchase Decision of GEA Brand Medical Devices at PT. Oxygen Medika Teknik Denpasar, which means that the brand image and product quality are increasing together will increase the decision to purchase GEA brand medical devices at PT. Oxygen Medika Technique.

Keywords: Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA Pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara Observasi, Wawancara, Kuesioner dan Studi dokumentasi. Sampel yang digunakan sebanyak 65 orang responden dan teknik pengambilan sampelnya dilakukan dengan cara sampling *purposive*. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Kuantitatif, yaitu Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Determinasi, Analisis Statistik Uji t (t-test) dan Analisis Statistik Uji F (F-test) dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS version 22 for windows Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA Pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar yang artinya

*Kata kunci : Citra Merek,
Kualitas Produk, dan Keputusan
Pembelian*

menunjukkan bahwa semakin meningkat Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama – sama maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik.

I. PENDAHULUAN

Provinsi Bali dikenal akan pariwisatanya, Ibukota Provinsi Bali adalah Denpasar dimana kota Denpasar menjadi pusat perekonomian, pusat pendidikan. Dengan persoalan tersebut kesehatan merupakan hal yang utama bagi masyarakatnya. Produk Gea merupakan salah satu pemasok terbesar dari teknologi untuk produk alat kesehatan dan untuk berbagai produk lainnya.

Kekuatan suatu citra merek terletak pada kemampuannya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu, untuk citra merk produk alat kesehatan GEA masih terjadi ketidaksesuaian dengan harapan konsumen seperti kelengkapan produk GEA tidak dapat dibeli secara terpisah, produk GEA tidak terlalu dikenal oleh masyarakat, pemakaian produk GEA masih manual dimana tidak mengikuti *trend* modern yang menyebabkan citra merk pada produk GEA kurang diminati oleh konsumen.

Dari observasi yang dilakukan pada PT. Oksigen Medika Teknik kualitas produk GEA masih terdapat masalah seperti : kualitas produk GEA yang kurang sesuai dengan harapan konsumen seperti hasil produk GEA dikatakan kurang akurat, daya tahan produk kurang maksimal serta desain produk yang kurang menarik,

Dalam Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi.

PT. Oksigen Medika Teknik merupakan perusahaan yang melayani konsumennya dalam pemenuhan kebutuhan alat-alat kesehatan yang bermerek GEA, seperti termometer, tensimeter, nebulizer, kursi roda, regulator, timbangan, sterilisator dan lain- lain yang di salurkan ke rumah sakit, klinik kesehatan dan dijual langsung ke konsumen, alat kesehatan produk GEA yang dijual di PT. Oksigen Medika Teknik dapat bersaing, keunggulan-keunggulannya dapat diketahui oleh konsumen, bisa membuat konsumen tertarik, dan kemudian konsumen

akan mengambil keputusan untuk membeli alat kesehatan yang bermerek GEA. Namun, faktanya hal tersebut tidak selamanya menjadi tolak ukur meningkatnya keputusan pembelian pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar, karena dilihat dari jumlah konsumen dari bulan April sampai dengan bulan Desember 2018 mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Konsumen Pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar dari Bulan Januari 2018 sampai dengan Desember 2018

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Januari	241
2.	Februari	250
3.	Maret	256
4.	April	219
5.	Mei	192
6.	Juni	181
7.	Juli	172
8.	Agustus	159
9.	September	148
10.	Oktober	141
11.	November	135
12.	Desember	126
Total		2.220
Rata- rata		185

Sumber : PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar, 2018

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diketahui jumlah konsumen pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar pada bulan Januari hingga bulan Maret mengalami kenaikan, sedangkan pada bulan April hingga Desember 2018 mengalami penurunan.

Adapun rumusan permasalahan yang diajukan adalah apakah citra merek, kualitas produk, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan merek GEA pada PT. Oksigen Medika teknik Denpasar?.

Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian alat kesehatan merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial, citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan merek GEA pada PT. Oksigen Medika teknik Denpasar.

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan oleh penulis sebagai pendekatan dalam penelitiannya. Desain penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.

Adapun yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar yang beralamat di Jalan Sarigading No. 17 Denpasar dan objek penelitian ini adalah Citra merek, Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian alat kesehatan merek GEA pada konsumen PT. Oksigen Medika Teknik Denpasar.

Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen, untuk Variabel Bebas (*Independent Variabel*) yang dilambangkan dengan (X) dan variabel terikat (*dependent variabel*) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:61), dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

Penentuan sampel yang digunakan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling *purposive*. Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 180 konsumen dilihat dari rata-rata tahun 2018 akan diambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin ditemukan hasil sampel sebanyak 65 orang.

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini antara lain pengamatan, wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi, dan penelitian kepustakaan, dimana penulis berusaha mempelajari data dari literatur dan sumber bacaan yang relevan dengan penelitian. Teknik analisa melalui uji validitas digunakan untuk melihat sejauhmana ketepatan dan kecermatan kuisisioner dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur, dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Karena skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert, maka uji validitas menggunakan korelasi *product moment*. Instrumen dikatakan valid dengan menggunakan kriteria apabila nilai signifikansi korelasi $\leq \alpha = 0,05$ atau nilai koefisien korelasi (r) $\geq 0,30$ Sugiyono (2001).

III. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji Validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrument sebagai alat ukur. Untuk mengetahui tingkat validitas instrument dapat dilihat dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) instrumen dengan nilai R tabel. Jika nilai koefisien korelasi $> R$ tabel maka item pernyataan adalah valid. Jika nilai koefisien korelasi $< R$ tabel maka item pernyataan dinyatakan tidak valid. Hasil Uji Validitas Instrumen dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen

Pernyataan	Koefisien Korelasi	R-tabel	Ket.
Citra Merek (X₁)			
X1.1	0,862	0,30	Valid
X1.2	0,839	0,30	Valid
X1.3	0,818	0,30	Valid
X1.4	0,611	0,30	Valid
X1.5	0,916	0,30	Valid
Kualitas Produk (X₂)			
X2.1	0,906	0,30	Valid
X2.2	0,928	0,30	Valid
X2.3	0,779	0,30	Valid
X2.4	0,893	0,30	Valid
X2.5	0,928	0,30	Valid
X2.6	0,918	0,30	Valid
X2.7	0,928	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.1	0,907	0,30	Valid
Y.2	0,808	0,30	Valid
Y.3	0,832	0,30	Valid
Y.4	0,858	0,30	Valid
Y.5	0,836	0,30	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua instrumen nilai koefisien korelasinya berada di atas 0,30. Hal tersebut berarti semua instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner hasilnya adalah *valid*.

Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas atau keandalan instrumen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Uji Reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur tersebut konsisten atau tidak. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Instrumen	Cronbach's Alpha	Standar	Ket.
Citra Merek (X ₁)	5	0,865	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	7	0,957	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,901	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3 didapat perhitungan masing-masing variabel nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hal tersebut berarti semua instrumen sudah *reliable* dan penelitian untuk dapat dilanjutkan.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda, maka model persamaan regresi harus melalui uji asumsi klasik agar hasil uji hipotesis tidak bias. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik yang diolah dengan bantuan program *SPSS version 22 For Windows*

Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dilakukan dengan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 5%, dimana data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari hasil analisis diperoleh hasil Uji Normalitas seperti pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01756790
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.081
	Negative	-.060
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pedoman bahwa suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 serta koefisien VIF (*Variance Influence Factor*) bernilai lebih kecil dari 10. Nilai *Tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	Nilai VIF
Citra Merek	0,282	3,551
Kualitas Produk	0,282	3,551

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan nilai *Tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (*ABS_RES*). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya (*ABS_RES*) lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada regresi.

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.492	.567		.867	.389
1 Citra Merek	-.005	.054	-.024	-.099	.921
Kualitas Produk	.016	.033	.112	.469	.641

Sumber : data diolah

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (*ABS_RES*) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

Adapun jumlah, total skor, rata-rata skor, dan kategori penilaian dari pernyataan terkait variabel Citra Merek dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Penilaian Responden Terhadap pernyataan pada Variabel Citra Merek

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban (responden)					Total Skor	Rata-Rata Skor	Kategori Penilaian
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Alat kesehatan Merek GEA Memiliki popularitas nama baik sebagai produk alat kesehatan	9	29	23	4	-	238	3,66	Baik
2	GEA sebagai perusahaan yang selalu berinovasi dalam meluncurkan model-model motif terbaru	15	39	11	-	-	264	4,06	Baik
3	Alat kesehatan merek GEA merupakan produk yang banyak dipilih oleh masyarakat	13	25	26	1	-	245	3,77	Baik
4	Alat kesehatan merek GEA memiliki kualitas atau mutu produk yang baik	1	60	3	1	-	256	3,94	Baik
5	Alat Kesehatan merek GEA memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya	22	34	9	-	-	273	4,20	Baik
Jumlah Skor						1.276	19,63	Baik	
Rata - Rata Skor							3,93		

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 7 rata-rata skor untuk variabel Citra Merek adalah 3,93, yang berarti penilaian responden dalam kategori Baik. Dimana skor jawaban tertinggi berada pada Pernyataan kelima yaitu “Alat Kesehatan merek GEA memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya” dan skor jawaban terendah berada pada pernyataan pertama yaitu “Alat kesehatan Merek GEA Memiliki popularitas nama baik sebagai produk alat kesehatan”.

Adapun jumlah, total skor, rata-rata skor, dan kategori penilaian dari pernyataan terkait variabel Kualitas Produk yang dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8
Hasil Penilaian Responden terhadap Pernyataan Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban (responden)					Total Skor	Rata-Rata Skor	Kategori Penilaian
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Alat kesehatan merek GEA memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen	2	39	22	2	-	236	3,63	Baik
2	Alat kesehatan merek GEA memiliki banyak kelebihan sehingga banyak yang ingin membelanya	19	33	12	1	-	265	4,08	Baik
3	Tampilan Produk GEA dapat menarik minat pelanggan untuk membeli	14	34	14	3	-	254	3,91	Baik
4	Alat kesehatan merek GEA dipercaya memiliki daya tahan dalam jangka waktu yang lama	5	37	21	2	-	240	3,69	Baik
5	Alat kesehatan merek GEA memberikan hasil yang sesuai dan hasil yang akurat bagi konsumen	19	33	12	1	-	265	4,08	Baik
6	Alat kesehatan merek GEA mudah mendapatkan sparepartnya	3	39	21	2	-	238	3,66	Baik
7	Alat kesehatan merek GEA memberikan kemudahan bagi penggunaannya	19	33	12	1	-	265	4,08	Baik
Jumlah Skor						1.763	27,12	Baik	
Rata - Rata Skor							3,87		

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 8 rata-rata skor untuk variabel Kualitas Produk adalah 3,87, yang berarti penilaian responden dalam kategori Baik. Dimana skor jawaban tertinggi berada pada Pernyataan kedua, kelima dan ketujuh yaitu “Alat kesehatan merek GEA memiliki banyak kelebihan sehingga banyak yang ingin membelinya, memberikan hasil yang sesuai dan hasil yang akurat bagi konsumen, dan memberikan kemudahan bagi penggunaannya”. Kemudian skor dengan jawaban terendah berada pada Pernyataan pertama yaitu “Alat kesehatan merek GEA memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen”.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh antara Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan. Hasil analisis uji t dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Analisis Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.756	.954		1.841	.070
Citra Merek	.544	.091	.530	5.994	.000
Kualitas Produk	.276	.056	.436	4.936	.000

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 9 dijelaskan bahwa nilai t_1 -hitung 5,994 lebih besar dari nilai t -tabel 1,670, dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0 , oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka hipotesis yang menyatakan “Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik” dapat diterima,

Uji F

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh yang nyata (signifikan) atau tidak terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis uji F dapat dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Analisis Uji F

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	419.178	2	209.589	196.089	.000 ^b
	Residual	66.268	62	1.069		
	Total	485.446	64			

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 10 dijelaskan bahwa nilai F-hitung 196,089 lebih besar dari nilai F-tabel 3,15, dan F hitung berada pada daerah penolakan H₀, oleh karena itu H₀ ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka hipotesis yang menyatakan “Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik” dapat diterima.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t-hitung variabel Citra Merek adalah 5,994 lebih besar dari nilai t-tabel 1667. Ini berarti Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa semakin meningkat Citra Merek maka Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik juga akan meningkat.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t-hitung variabel Kualitas Produk adalah 4,936 lebih besar dari nilai t-tabel 1667. Ini berarti Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa semakin meningkat Kualitas Produk maka

Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik juga akan meningkat.

3. Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa nilai F-hitung 196,089 lebih besar dari nilai F-tabel 3,13. Ini berarti Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa semakin meningkat Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek GEA pada PT. Oksigen Medika Teknik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat saran-saran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Maka sebaiknya manajemen PT. Oksigen Medika Teknik dapat lebih mengenalkan produknya kepada konsumen dengan internet marketing melalui jejaring sosial dan iklan elektronik. Dengan menampilkan foto – foto produk serta manfaatnya yang sekiranya dapat menarik konsumen akan membuat produk kita lebih dikenal banyak konsumen.
2. Maka manajemen PT. Oksigen Medika Teknik diharapkan dapat lebih menjaga kualitas produknya dengan melakukan pengecekan terhadap produk yang keluar sebelum sampai di rumah konsumen. Pengecekan dilakukan agar produk yang dijual dipastikan memiliki kinerja yang maksimal, untuk membuat konsumen merasa lebih puas menggunakan produk tersebut manajemen bisa memberikan garansi terhadap produk serta jaminan perawatan.
3. Maka manajemen PT. Oksigen Medika Teknik diharapkan lebih mengarahkan kepada konsumen produk apa yang sesuai kebutuhan mereka serta memberikan petunjuk detail tentang cara penggunaan produk agar betul-betul bisa dirasakan manfaatnya oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada .
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*
- Kotler, Philip. (2012). *Marketing Manajemen Edisi 14*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Supranto, J. (2003). *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*. Edisi Revisi Ketujuh. Yogyakarta : Rineka Cipta.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2006). *Perilaku Konsumen* . Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. (2003). *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wicaksono, Muhammad. (2007). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- .