

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, industri alat kesehatan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang substansial. Pemicunya yaitu peningkatan jumlah perusahaan alat kesehatan sejak adanya pandemi Covid-19. Mengutip data Kementerian Perindustrian (Kemenperin, 2024), dari data OSS (*Online Single Submission*), jumlah industri alat kesehatan mengalami pertumbuhan, yang menunjukkan tren yang menguntungkan dalam perkembangan industri tersebut dari tahun 2020 saat awal pandemi tercatat hanya sebanyak 150 perusahaan dan pada tahun 2024 telah tercatat 1.199 industri alat kesehatan di dalam negeri. Dari 12% pada tahun 2019 menjadi 48% pada tahun 2024, penyerapan produk alat kesehatan (AKD) dalam negeri juga terus meningkat. Mengutip data Kementerian Kesehatan (Kemenkes), industri alat kesehatan di Indonesia menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi mengingat dari adanya pandemi Covid-19 pada saat itu mengalami krisis ketersediaan alat kesehatan dan obat-obatan, adanya pandemi Covid-19 menyebabkan peningkatan permintaan terkait perlengkapan medis seperti masker, *hand sanitizer*, alat pelindung diri (APD), dan alat tes Covid-19 (PCR, antigen). Hal tersebut dalam upaya untuk mengatasi pandemi dan menjaga kesehatan. Meskipun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah ketergantungan yang tinggi pada produk impor, dimana sekitar 70% alat kesehatan di Indonesia masih berasal dari luar negeri (Kemenkes, 2025). Selain itu, produk

lokal sering kali belum memiliki keunggulan kompetitif di pasar global, sehingga perlu peningkatan kualitas dan inovasi untuk bersaing.

Dalam meningkatkan kualitas dan inovasi untuk bersaing, perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan membutuhkan peralatan dan perlengkapan medis modern untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Oleh karena itu, ketersediaan pasokan alat kesehatan menjadi hal yang sangat penting. Bisnis penyediaan alat kesehatan menjadi sektor yang menjanjikan karena dapat memberikan keuntungan besar bagi para pelakunya. Alat-alat kesehatan sangat dibutuhkan oleh Rumah Sakit, Klinik, Puskesmas serta lembaga kesehatan lainnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pelayanan kesehatan. Seiring berjalannya waktu, jumlah penjual alat kesehatan semakin berkembang, yang membuat pasar lebih kompetitif secara keseluruhan. Hal ini mendorong perusahaan untuk berupaya memimpin pasar dalam mempertahankan pelanggan (Ermawati, 2023). Untuk mencegah pelanggan cepat beralih ke bisnis pesaing sejenis, pelaku bisnis di sektor alat kesehatan harus bersaing untuk tetap bertahan. Alat kesehatan memiliki peran penting dalam diagnosis, pengobatan, dan pemantauan kondisi medis, sehingga pengguna teknologi medis yang modern dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan, serta berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan layanan medis dengan harapan sektor kesehatan akan berkembang dan siap menghadapi kendala di masa mendatang.

Dalam sektor kesehatan, di Kabupaten Lumajang memiliki beberapa toko alat kesehatan terbaik dengan produk yang inovatif dengan berbagai koleksi lengkap.

Mengutip data dari [ulastempat.com](http://ulastempat.com), berikut merupakan Toko Alat Kesehatan Terpopuler di Kabupaten Lumajang.

Tabel 1.1 Daftar Toko Alat Kesehatan Terpopuler di Kabupaten Lumajang

Rank	Toko Alat Kesehatan	Alamat	Rating
1	Toko Alat Kesehatan Sapta Medika	Jl. Panglima Besar Sudirman No.338, Tompokersan, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang	4,9 (137)
2	Toko Alat Kesehatan BMT	Jl. Veteran, RT.01/RW.02, Tompokersan, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang	4,9 (13)
3	Toko Alat Kesehatan Jaya Agung	Jl. Brigjend Slamet Riyadi, RT.01/RW.12, Veteran, Karang Sari, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang	4,8 (5)
4	Toko Alat Kesehatan CV. Meditech Satu	Kuwung, Boreng, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang	4,0 (7)
5	Toko Alat Kesehatan R24	Jl. Veteran No.12 A, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang	4,0 (6)

Sumber: [ulastempat.com](http://ulastempat.com) 2023

Berdasarkan penilaiannya pada tabel 1.1 diatas, Kabupaten Lumajang memiliki sejumlah toko alat kesehatan. Pada rating paling tinggi ditempati oleh Toko Alat Kesehatan Sapta Medika dengan rating 4,9 dan jumlah review pelanggan yaitu 137. Dapat diartikan bahwa lebih banyak penilaian positif yang diberikan dari para pelanggan yang telah membeli dan menggunakan produk dari Toko Alat Kesehatan Sapta Medika dibandingkan dengan Toko Alat Kesehatan lainnya. Tidak hanya itu pelayanannya yang ramah dan komunikatif menjadi salah satu ulasan positif dari para pelanggan terkait Toko Alat Kesehatan Sapta Medika. Toko Alat Kesehatan Sapta Medika adalah toko yang menyediakan terkait peralatan dan perlengkapan kesehatan, baik secara individual (Umum, Mahasiswa, Dokter, Bidan, dll) maupun kelembagaan (Rumah Sakit, Puskesmas, Klinik, dll). Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang sendiri berdiri pada tanggal 20 Mei 2021 yang merupakan cabang dari Sapta Medika pusat di Jember. Toko Alat Kesehatan Sapta Medika

bertempat di Jl. Panglima Besar Sudirman No.338, Tompokersan, Lumajang. Lokasinya sangat strategis berada di pinggir jalan dekat dengan pusat keramaian yang berada pada pusat Kota Lumajang memungkinkan konsumen dapat mengetahui tentang Toko Alat Kesehatan tersebut. Produk alat kesehatan yang dijual sangat berkualitas dan lengkap, adapun kategori produk alat kesehatan yang ada di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Kategori Produk pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang**

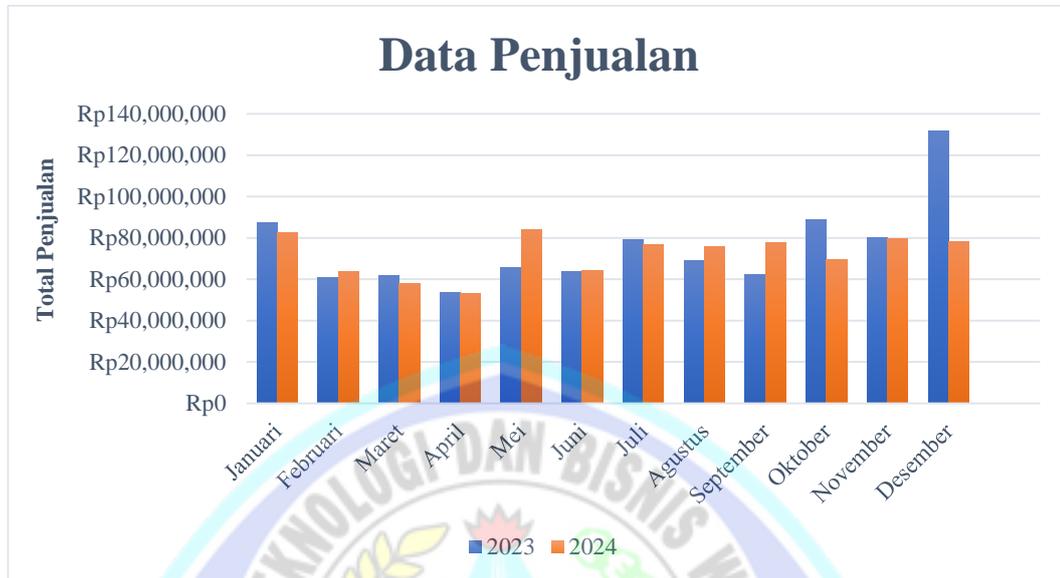
<b>No.</b>	<b>Kategori Produk Alat Kesehatan</b>
1.	Alat Bantu Jalan
2.	Alat Bantu Dengar
3.	Alat Terapi Kesehatan
4.	Alat Bekam dan Akupuntur
5.	Peralatan dan Perlengkapan Laboratorium dan Farmasi
6.	Peralatan dan Perlengkapan Kebidanan
7.	Peralatan dan Perlengkapan Kedokteran
8.	Peralatan dan Perlengkapan Instrumen Bedah Operasi
9.	Sarana dan Prasarana serta Furnitur Rumah Sakit

Sumber: Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, terdapat beberapa kategori produk yang dijual pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika. Produk yang dijual sangat berkualitas dan semua produk yang dijual sudah bergaransi serta sudah memiliki izin resmi, sehingga dapat membantu klaim garansi langsung ke pabrik. Pelayanan yang diberikan pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika yaitu servis alat kesehatan, jual, beli, dan sewa tabung gas oksigen serta pesan antar barang ke tempat tujuan dengan gratis ongkir untuk wilayah Lumajang dan sekitarnya, metode pembayarannya bisa COD (bayar di tempat tujuan) atau bisa transfer Bank.

Namun meskipun banyak ulasan positif, produk yang dijual lengkap dan berkualitas, serta pelayanannya yang baik seperti yang sudah dijelaskan diatas,

Toko Alat Kesehatan Sapta Medika mengalami ketidakstabilan dalam penjualannya pada tahun 2023 sampai tahun 2024 seperti yang terlihat dalam gambar berikut.



Gambar 1.1 Data Penjualan Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang  
Sumber: Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang Tahun 2025

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, total penjualan pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika pada bulan Januari-Desember tahun 2023 sampai tahun 2024 mengalami ketidakstabilan. Dari bulan Januari-Desember tahun 2023 sampai tahun 2024 kondisi penjualannya mengalami naik turun atau fluktuasi. Oleh karena itu, keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika perlu digali lebih dalam untuk mengetahui penyebabnya. Umumnya para konsumen mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk sebelum membelinya, dalam melakukan pemilihan suatu produk pastinya terdapat keputusan pembelian.

Nawangsih *et al.*, (2019:39) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai tindakan memutuskan barang mana yang akan dibeli berdasarkan informasi tentang produk, yang dilakukan ketika keinginan dan kebutuhan muncul. Proses ini dapat menjadi acuan untuk keputusan pembelian berikutnya. Menurut Rembon *et al.*,

(2018), pengambilan keputusan merupakan tindakan pribadi yang berkaitan erat dengan perolehan serta pemanfaatan produk yang ditawarkan produsen. Saat membuat pilihan pembelian terdapat beberapa tahap yang disampaikan meliputi mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, menimbang pilihan, membuat penilaian tentang pembelian dan perilaku paska pembelian, (Nawangsih *et al.*, 2019:43-45). Mayoritas konsumen akan meneliti suatu produk sebelum membuat keputusan pembelian. Salah satu hal yang menarik minat konsumen saat mereka membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli yaitu *word of mouth*.

Priansa (2017:338) mendefinisikan *word of mouth* sebagai tindakan dimana konsumen berbagi informasi kepada konsumen lainnya mengenai suatu produk atau merek. Menurut Khariunnisa *et al.*, (2023), mendefinisikan *word of mouth* sebagai persepsi konsumen akan produk yang digunakan dan direkomendasikan kepada konsumen lain. Dalam proses pemasaran promosi *word of mouth* mempunyai dampak besar untuk memutuskan apa yang akan dibeli. Umumnya, konsumen akan menyarankan produk pada orang lain untuk menggunakannya. Ketika produk sudah dikenal oleh banyak orang, maka penjualan dan penggunaannya di pasar akan bertambah karena dampak *word of mouth*, (Alfiyah *et al.*, 2023). Dapat diketahui bahwa *word of mouth* adalah sebagian jenis promosi dengan menyampaikan pengetahuan tentang produk dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Sebelum memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen mencari informasi terkait produk yang dibutuhkan. Salah satu sumber informasi yang sering digunakan yaitu pengalaman konsumen lain yang sudah mencoba produk tersebut. Dengan

demikian, *word of mouth* berperan pokok untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika.

Toko Alat Kesehatan Sapta Medika merupakan Toko Alat Kesehatan terpopuler di Kabupaten Lumajang yang memiliki banyak rating positif yang telah direview oleh para konsumen setelah membeli dan menggunakan produk alat kesehatan yang terdapat pada toko tersebut, maka hal ini menjadi sumber informasi dan promosi dari mulut ke mulut untuk menyarankan kepada konsumen lain dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut. Apabila sumber informasi yang disarankan dari mulut ke mulut kepada konsumen positif terhadap produk alat kesehatan maka lebih banyak orang akan terbujuk untuk membeli produk alat kesehatan, sehingga keputusan untuk membeli produk pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika akan meningkat.

Selaras dengan temuan penelitian oleh Rembon *et al.*, (2018) yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia di Manado” yang menunjukkan bahwa *word of mouth* dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. Namun, berbeda pada temuan oleh Al Qusaeri *et al.*, (2024) yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen CV. Alisa” yang mengungkapkan bahwa *word of mouth* tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen CV. Alisa karena orang cenderung kurang percaya dengan informasi yang diterima oleh orang lain. Perbedaan penelitian menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut terkait masalah ini. *Word of mouth* yang baik jika tidak di

diimbangi dengan produk yang berkualitas tinggi, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka, sebagian unsur yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk adalah kualitas produk.

Nawangsih *et al.*, (2019:16-17) menyatakan bahwa barang yang dijual memiliki kualitas lebih unggul dan mempunyai nilai jual lebih baik dibandingkan produk pesaing. Kualitas produk menurut Rembon *et al.*, (2018) adalah setiap barang dan layanan yang memenuhi permintaan dan harapan konsumen, termasuk produk yang luar biasa. Akibatnya, bisnis harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kasim, (2014), salah satu unsur yang menentukan seberapa puas konsumen terhadap suatu produk setelah membeli dan menggunakannya adalah kualitasnya. Menurut Alfiah *et al.*, (2023), kualitas produk mengacu pada berbagai ciri-ciri serta sifat suatu produk dan jasa mampu memenuhi permintaan serta harapan. Kualitas produk sangat berpengaruh dalam meningkatkan pengambilan keputusan pada konsumen. Konsumen akan lebih merasa nyaman jika produk memiliki kualitas yang lebih tinggi, yang akan memotivasi untuk membeli sesuatu yang pada akhirnya akan menguntungkan bisnis.

Toko Alat Kesehatan Sapta Medika mempunyai kualitas produk yang baik dan berkualitas, produk yang dijual sangat lengkap, serta semua produk yang dijual sudah bergaransi serta sudah memiliki izin resmi. Hal ini menjadi salah satu faktor bagi konsumen untuk melakukan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika. Sebelum membeli sesuatu, konsumen akan menilai kualitas produk terlebih dahulu, sehingga kualitas menjadi penentu penting untuk mempengaruhi

keputusan pembelian. Jika alat kesehatan yang dibeli dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan, maka kemungkinan besar akan mendorong pelanggan untuk membeli kembali dan merekomendasikannya untuk orang lain. Karena itu, toko alat kesehatan butuh menetapkan produk yang mereka jual memenuhi standar kualitas dan kebutuhan konsumen. Semakin baik kualitas produk alat kesehatan yang ditunjukkan, semakin bertambah tingkat kepuasan konsumen serta memotivasi untuk membeli.

Penemuan ini sejalan oleh temuan studi Sigalingging & Sitorus, (2023), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada *Shopee* di Kalangan Mahasiswa Kota Batam”, temuan ini mengungkapkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kepercayaan konsumen dan kualitas produk *Shopee* di Kalangan Mahasiswa di Kota Batam. Berbeda dengan hasil studi oleh Maulana *et al.*, (2022), dalam penyelidikannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee*” menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian di *Marketplace Shopee*. Perbedaan penelitian menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut terkait masalah ini. Selain kualitas produk, kepercayaan konsumen sebagai unsur lain yang penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Priansa (2017:115) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang atau sesuatu akan menepati janjinya, memenuhi komitmennya, atau membuat pernyataan tertulis atau lisan. Aini & Adinugraha (2024) mendefinisikan

kepercayaan merupakan kemampuan bahwa sesuatu memiliki kualitas tertentu. Konsumen akan menaruh kepercayaan kepada berbagai kualitas yang dimiliki oleh merek dan produk yang mereka nilai. Kepercayaan konsumen merupakan hasil akhir dari seluruh informasi yang mereka miliki serta berbagai evaluasi yang mereka bentuk tentang suatu benda, karakteristik, dan keuntungannya. Kepercayaan konsumen memiliki dampak besar dalam keputusan untuk membeli produk yang dipromosikan. Tanpa kepercayaan, proses jual beli tidak dapat berlangsung dengan baik. Menurut Putra *et al.*, (2022), kepercayaan akan terbentuk ketika sebuah produk berhasil memuaskan keinginan dan harapan pelanggan, sehingga konsumen merasa puas oleh barang tersebut. Konsumen yang memegang kepercayaan kepada suatu merek dan bisnis cenderung tidak gampang berpindah ke merek lain. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan faktor kunci yang dapat menentukan kelangsungan merek atau perusahaan dalam jangka panjang dan harus dibangun dengan baik antara perusahaan dengan konsumen.

Kepercayaan konsumen terhadap Toko Alat Kesehatan Sapta Medika mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan bisa muncul melalui pengalaman sebelumnya, kualitas pelayanan, reputasi merek dan rekomendasi dari *word of mouth* yang diterima. Bagi toko alat kesehatan, kepercayaan adalah hal penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka serta mendorong untuk melakukan pembelian.

Selaras dengan hasil penelitian oleh Aini & Adinugraha (2024), yang berjudul judul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan

Pembelian Produk di *Marketplace Shopee* pada masyarakat Kabupaten Pekalongan" yang mengungkapkan bagaimana kepercayaan konsumen mempunyai dampak besar pada pilihan apa yang akan dibeli. Namun, bertentangan oleh temuan studi Sartika (2021), dari hasil penelitiannya yang berjudul "*The Effect of Trust and Ease on Online Purchase Decisions in Pekanbaru*", temuan ini mengungkapkan bahwa kepercayaan konsumen tidak mempengaruhi terhadap apa yang orang putuskan untuk dibeli. Perbedaan penelitian menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut terkait masalah ini.

Pentingnya penyelidikan ini diimplementasikan sebab ditemukan *research gap* dari temuan sebelumnya di variabel *word of mouth*, kualitas produk serta kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Untuk menarik perhatian konsumen dalam melakukan sebuah keputusan pembelian, peran dari *word of mouth* atau ulasan mengenai pengalaman positif oleh pelanggan yang sudah membeli produk tersebut, sehingga meningkatkan kesan akan produk yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan pada alat kesehatan. Persepsi ini mungkin berdampak pada bagaimana barang yang dijual dievaluasi dan menekankan pentingnya pada kualitas produk yang berkualitas untuk memuaskan konsumen. Setelah konsumen puas akan kebutuhan dan keinginan mereka hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap barang, sehingga mempengaruhi mereka untuk membeli. Maka dari itu, perlu adanya riset lanjut untuk dapat menjelaskan pengaruh variabel *word of mouth*, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Sesuai dengan latar belakang yang diberikan diatas serta variasi yang ditemukan dalam temuan penelitian sebelumnya, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menyelesaikan penelitian berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Di Lumajang”**.

### **1.2 Batasan Penelitian**

Tujuan dari batasan penelitian ini yaitu untuk mencegah pembahasan menjadi terlalu umum dan menjaga agar peneliti tetap fokus pada isu yang sedang dibahas. Berikut ini adalah batasan penelitian:

- a. Penelitian ini hanya membahas di bidang manajemen pemasaran.
- b. Objek dari penelitian ini adalah *word of mouth*, kualitas produk dan kepercayaan konsumen sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
- c. Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang.
- d. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dari Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang dengan rentang usia 17-60 tahun.
- e. Penelitian ini dilakukan di tahun 2025.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka muncul rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang?

- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang?
- c. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Perumusan masalah berfungsi sebagai dasar untuk membuat tujuan penelitian.

Tujuan dari studi ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Alat Kesehatan Sapta Medika di Lumajang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Ketika berbicara mengenai manajemen pemasaran, terutama dalam hal dampak *word of mouth*, kualitas produk serta kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rujukan, mendapatkan wawasan dan membantu perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dengan komunikasi dari mulut ke mulut, meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan konsumen untuk mencapai hasil penjualan yang menguntungkan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Penyelidikan ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk memberikan informasi tambahan berkaitan dengan manajemen pemasaran kepada mahasiswa-mahasiswi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

b. Bagi Toko Alat Kesehatan Sapta Medika Lumajang

Penyelidikan ini diharapkan bisa memberikan informasi dan saran yang dinilai dapat membuat bisnis yaitu Toko Alat Kesehatan Sapta Medika untuk meningkatkan produk alat kesehatan yang berkualitas bagi konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli dan menjadi langganan karena percaya akan kualitas produk serta informasi yang dipercaya dari mulut ke mulut dari produk di Toko Alat Kesehatan Sapta Medika tersebut.

c. Bagi Konsumen

Diharapkan bahwa konsumen akan mendapatkan keuntungan dari penelitian ini dengan dapat membuat keputusan pembelian yang lebih percaya diri dan terinformasi dengan memanfaatkan rekomendasi dari *word of mouth*, menilai kualitas produk secara objektif, serta meningkatkan kepercayaan terhadap produk dan toko, sehingga konsumen merasa lebih aman dan puas dalam berbelanja alat kesehatan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan studi ini akan menjadi panduan bagi peneliti masa mendatang yang akan melakukan penelitian baru di bidang manajemen pemasaran dengan karakteristik yang sebanding.