

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KUE BUAH THAILAND, KOTA TANGERANG SELATAN

Ade Yusuf¹, Amirudin²

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

E-mail: dosen02604@unpam.ac.id¹, amirudin.map7@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kue buah Thailand Kota Tangerang Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, sehingga metode penelitian banyak menggunakan analisis statistik dari data yang dikumpulkan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan sampel sebanyak 76 responden. Metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji t dan uji F untuk menguji hipotesis secara parsial dan simultan. Uji instrument dan uji asumsi klasik juga digunakan untuk melihat validitas, reliabilitas, dan terpenuhinya asumsi- asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,633 dan determinasi sebesar 40,1% dan uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel (7,041 > 1,993). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,708 dan determinasi sebesar 50,2% dan uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel (8,636 > 1,993). Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,703 dan determinasi sebesar 54,7% dan uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel (44,028 > 3,124).

Kata kunci

Harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality and service quality on purchasing decisions regarding Thai fruit cake MSMEs in South Tangerang City, both partially and simultaneously. This is a quantitative study employing a descriptive approach; thus, the research methodology relies heavily on statistical analysis of the collected data. Data were gathered via questionnaires from a sample of 76 respondents. Statistical analysis methods included multiple linear regression, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, as well as t-tests and F-tests to evaluate hypotheses partially and simultaneously. Instrument testing and classical assumption testing were also conducted to assess validity, reliability, and adherence to classical assumptions. The results indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a correlation of 0.633 and a determination value of 40.1%; hypothesis testing yielded a t-count greater than t-table (7.041 > 1.993). Service quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a correlation of 0.708 and a determination value of 50.2%; hypothesis testing yielded a t-count greater than t-table (8.636 > 1.993). Product quality and service quality simultaneously exert a positive and significant influence on purchasing decisions, with a correlation of 0.703 and a determination value of 54.7%; hypothesis testing yielded an F-count greater than F-table (44.028 > 3.124).

Keywords

Price, service quality, purchasing decisions, consumer satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak cukup signifikan terutama bagi dunia usaha saat ini. Semakin banyaknya usaha kecil ataupun besar yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Munculnya berbagai usaha yang bersifat sejenis tersebut juga lambat laun akan memberikan dampak bagi para konsumen untuk semakin selektif dalam menentukan pilihan. Salah satu bidang usaha yang sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah dibidang makanan salah satunya yaitu banyak bermunculannya bisnis kuliner rumahan. Bisnis kuliner rumahan saat ini sudah menjadi incaran banyak konsumen untuk memenuhi menu makanan saat ajang berkumpul dengan keluarga, saudara ataupun teman. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha yang bergerak dibidang makanan untuk terus mengembangkan usahanya. Maraknya bisnis kuliner yang kekinian membuat bisnis makanan dan minuman tradisional menjadi kehilangan tempat. Banyak pebisnis yang mengalihkan produk dan layanan yang mereka sajikan ke makanan atau minuman yang saat itu sedang banyak

Kue buah thailand ini sudah ada sejak tahun 1998, yang didirikan oleh Bapak H. Sudito dan diteruskan hingga sekarang oleh keluarganya. Sebelumnya pada tahun 1990-an beliau ikut bersama temannya untuk belajar membuat kue buah thailand di luar negeri. Seiring berjalannya waktu bisnis kuliner rumahan ini terus mengalami peningkatan dan banyak pesanan yang datang khususnya dari wilayah jabodetabek. Saat ini, konsumen telah mengalami perubahan yang signifikan dalam memenuhi kebutuhannya, dimana konsumen semakin cerdas, konsumtif, dan kritis, dalam memperhitungkan segala sesuatu yang akan mereka gunakan. Perubahan ini menjadi

Dalam proses keputusan pembelian, konsumen akan mencari informasi juga saran selengkap mungkin yang mungkin di dapat melalui internet, kerabat, keluarga, juga kolega. Dari informasi tersebut, konsumen akan mengetahui secara lengkap terkait produk yang diinginkan seperti manfaat produk tersebut, keunggulan dan kekurangan, juga risiko dari produk tersebut. Hal ini bisa dikaitkan menurut Gunarsih et al., (2021) "Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berasal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk dan merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian". Keputusan pembelian merupakan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai hal. Nilai pelanggan adalah faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai pelanggan yang tinggi dari sebuah produk maka akan mempengaruhi konsumen dalam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang baik, tidak ramah, atau pelayanan yang diberikan kurang memuaskan terhadap konsumen, maka konsumen akan beranggapan perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan harus sesuai dengan ekspektasi konsumen. Konsumen memerlukan pelayanan yang baik,

sehingga kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan pembelian ulang. Kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan konsumen pada cafe archeries, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang rendah maka kepuasan konsumen juga akan menurun.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Pendekatan kuantitatif menerangkan pada makna, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, perbedaan kuantitatif, lebih lanjut, mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir, oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditentukan. Tujuan penelitian biasanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat praktis.

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2012:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

A. Pengujian Instrumen Penelitian Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Valid atau tidaknya data sangat menentukan kualitas dari data tersebut. Hal ini tergantung instrumen yang digunakan apakah sudah memenuhi asas validitas dan reliabilitas. Adapun dalam pengujian instrument ini digunakan

2 (dua) pengujian yaitu :

1. Uji Validitas Data Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2014:361) bahwa “Valid berarti terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya”.
 2. Uji Reliabilitas Data Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Menurut Sugiyono (2014:168) berpendapat “Instrumen yang reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.
- B. Pengujian Data Penelitian (Uji Asumsi Klasik) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data. Menurut Santoso Singgih (2011:342) mengemukakan “Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin.

Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik". Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heterokedastisitas.

3. Rancangan Analisis Data Rancangan analisis data merupakan bagian integral dari proses penelitian yang dituangkan baik dalam bentuk tulisan atau tidak. Rancangan ini telah terformat sebelum kegiatan pengumpulan data dan pada saat merumuskan hipotesis. Artinya, rancangan analisis data hasil penelitian telah dipersiapkan mulai dari penentuan jenis data yang akan dikumpulkan, sumber data yang ditemui, dan rumusan hipotesis yang akan diuji telah dibuat. Untuk melihat kejelasan pengaruh variabel bebas dalam hal ini kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap minat beli (Y), penelitian ini menggunakan beberapa analisis data yaitu sebagai berikut :

Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data, peneliti menggunakan skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2014:95), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data.

1. Analisis Penelitian Deskriptif Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data, peneliti menggunakan skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2014:95), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data.
2. Analisis Penelitian Verifikatif / Kuantitatif Analisis kuantitatif adalah penelitian yang telah dilakukan untuk menilai kondisi dari nilai pengaruh, signifikansi pengaruh, dan kelayakan model.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Kue Buah Thailand ini adalah usaha keluarga yang bergerak dibidang kuliner yang beralamat di Jalan Baru LUK No. 31 Rt. 6 Rw. 7 Kelurahan Bakti Jaya Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten. Awal mula melakukan usaha kuliner ini ialah saat Bapak sudito diberitahu mengenai makanan unik ini, kemudian beliau diajak temannya untuk ikut belajar bersama membuat kue buah thailand tersebut. Dengan kesungguhan, keuletan, dan ketekunan Pak Sudito dalam menjalankan usaha ini, beliau memproduksi dan memasarkan usahanya sendiri dengan dibantu anaknya. Seiring berjalannya waktu, mulailah berkembang usaha kuliner ini dan membuat Pak sudito membutuhkan karyawan dalam menjalankan usahanya

Analisis Perhitungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

- A. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variabel dependen.

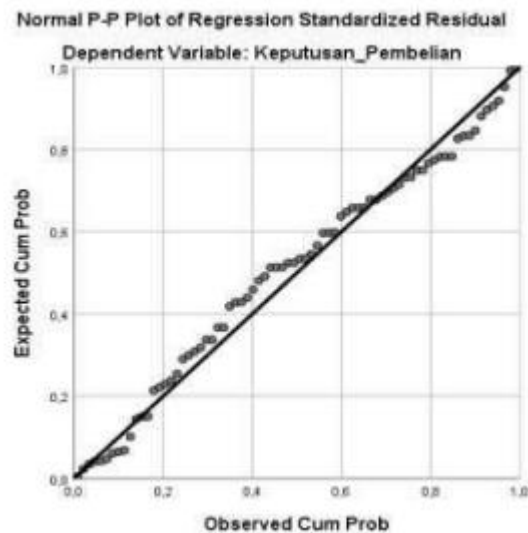
Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test dengan ketentuan sebagai berikut : a) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal b) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal Adapun hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut :

Tabel 4.1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,36092644
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,069
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi variabel lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 0.200. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik probability plot dimana residual variabel dapat dideteksi dengan melihat penyebaran titik-titik residual mengikuti arah garis diagonal, dan hal itu sesuai dengan hasil diagram penyebaran yang diolah dengan SPSS versi 26 seperti pada gambar dibawah ini :



Berdasarkan gambar menunjukan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti atau mendekati garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian berdistribusi normal

dan memenuhi asumsi normalitas.

- B. Uji multikolinearitas dilakukan untuk meyakini bahwa anatar variable bebas tidak memiliki multikolinearitas atau tidak memiliki hubungan korelasi anantara variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas diperoleh

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,634	3,192		3,331	,001		
	Kualitas_Produk	,363	,135	,286	2,686	,009	,547	1,828
	Kualitas_Pelayanan	,546	,113	,516	4,842	,000	,547	1,828

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

nilai tolerance variabel kualitas produk sebesar 0,547 dan kualitas pelayanan 0,547 dimana kedua nilai tersebut lebih dari > 0.10, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) 1,828 dimana kurang dari < 10.00, maka tidak terjadi multikolinearitas

- C. Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan anantara variabel independen dengan variabel dependen untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut adalah hasil uji analisis regresi linier sederhana anantara variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini odell regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel regresi
- Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat

Tabel 4.17
Hasil pengujian regresi linier sederhana variabel kualitas produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,044	3,198		5,642	,000
	Kualitas_Produk (X ₁)	,802	,114	,633	7,041	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

diperoleh regresi $Y = 18,044 + 0,802 X_1$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai

Tabel 4.18
Hasil pengujian regresi linier sederhana variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13,379	3,149		4,249
	Kualitas_Pelayanan (X2)	,750	,087	,708	8,636

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

berikut : Nilai konstan sebesar 18,044 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) bernilai 0, maka keputusan pembelian (Y) sebesar 18,044 poin. 2) Nilai koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,802 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit variabel kualitas produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan (Y) sebesar 0,802 poin.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh regresi $Y = 13,379 + 0,750 X_2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sbagai

Tabel 4.19
Hasil pengujian regresi linier berganda variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10,634	3,192		3,331
	Kualitas_Produk (X1)	,363	,135	,286	2,686
	Kualitas_Pelayanan (X2)	,546	,113	,516	4,842

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresilinier berganda pada tabel diatas, maka dapat diperoleh regresi $Y = 10,634 + 0,363X_1 + 0,546X_2$

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diketahui bahwa thitung sebesar 7,041 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial, thitung > ttabel ($7,041 > 1,993$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Buah Thailand.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diketahui bahwa thitung sebesar 8,636 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial thitung > ttabel ($8,636 >$

Tabel 4.27
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	18,044	3,198		,000
	Kualitas_Produk (X1)	,802	,114	,633	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

1,993). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Buah Thailand.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diketahui bahwa fhitung sebesar 44,028 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis simultan, fhitung > ttabel ($44,028$

Tabel 4.28
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13,379	3,149		,000
	Kualitas_Pelayanan (X2)	,750	,087	,708	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

Tabel 4.29
Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Variabel Kualitas Produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1021,918	2	510,959	44,028	,000 ^b
	Residual	847,187	73	11,605		
	Total	1869,105	75			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kualitas_Produk						

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2025

> 3,124). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). ini menunjukkan H03 ditolak dan Ha3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) pada UMKM Kue Buah Thailand.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka disimpulkan sebagai berikut :

- A. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 18,044 + 0,82 X_1$, nilai korelasi sebesar 0,633 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,401 atau 40,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu (7,041 > 1,993), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dinyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).
- B. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 13,379 + 0,750 X_2$, nilai korelasi sebesar 0,708 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,502 atau 50,2 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh thitung > ttabel yaitu (8,636 > 1,993), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka menunjukkan H0 ditolak dan H2 diterima, antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
- C. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 10,634 + 0,363 X_1 + 0,546 X_2$, nilai korelasi sebesar 0,739 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,547 atau 54,7 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai fhitung > ftabel yaitu (44,028 > 3,124), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05

(0,000 < 0,05). Dengan demikian maka menunjukkan H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dinyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Pada Restoran D'cost Seafood Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 274-281.
- Annisa, N. (2017). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *JOM Fisip*, 4(2), 1-8.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2). nwar Prabu Mangkunegara, (2013), *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2(9).
- Bisri, B., & Setianingrum, H. Widasiwi. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *eCo-Buss*, 2(1), 16-29.
- Kumara, D., & Marlia, I. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt limas prima stel kota tangerang. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 681-690.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330.
- Susanti, L. (2020). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 142-158. Yuliana, W., & Febriyani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 19-28.
- Yusuf, A., Purnama, A, Kadarusman Y. (2025) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menyewa kendaraan Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen Pada PT Gumilar Nusa Sehati Jakarta Selatan | *Research Journal of Accounting and Business Management (RJABM)* Vol 9 (1) 33-48

- Yusuf. A., Purnama. A. (2024) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualita Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19-38.
- Afandi, (2018). *Dasar – dasar Motivasi Edisi Revisi*. Penerbit PT Bumi Aksara, Jakarta.