

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Bahan Kue (Tobaku) di Surabaya

Sherly Ananda Putri¹, Ayun Maduwinarti², Diana Juni Mulyati³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Sherlyanandap2003@gmail.com¹, ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id², diana@untag-sby.ac.id³

Abstract

The development of business in this very sophisticated era of globalization can make people more creative, one of which is a business in the culinary field. Especially during the pandemic that hit Indonesia 2 years ago, many businesses went bankrupt and caused people to have to rack their brains so they could still survive in a pandemic. Culinary business is now familiar to the public, this business is arguably not so complicated. To get the best quality of a product, it is necessary to be careful in choosing it. Therefore, in a business of cake ingredients like this service, product quality and price are very important right. The results of the above research show that service quality has a significant influence significant to the Purchase Decision at the Cake Ingredients Store in Surabaya. In this case the quality of service that is more applied is in the form of a neat appearance. The results of this study indicate that product quality (X2) is also very influential on purchasing decisions. In this result, the quality of the product that must be applied more is the product that is in accordance with the benefits. The results of the research above show that price (X3) is very influential on purchasing decisions. very affordable prices but have a quality that is no less much better.

Keywords : Service Quality ,Product Quality, Price, Purchase Decision

Abstrak

Perkembangan bisnis di era globalisasi yang sudah sangat canggih ini dapat membuat orang dapat berkreaitivitas lebih lagi, salah satunya adalah usaha dalam bidang kuliner. Apalagi pada saat pandemic yang melanda Indonesia sejak 2 tahun yang lalu, banyak usaha yang bangkrut dan mengakibatkan orang-orang harus memutar otak agar mereka masih bisa bertahan dalam keadaan pandemic. Usaha Kuliner saat ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat , usaha ini bisa dibilang tidak begitu rumit. Untuk mendapatkan kualitas dari sebuah produk yang terbaik perlu adanya ketelitian dalam memilih hal tersebut. Oleh karena itu dalam sebuah usaha bahan-bahan kue seperti ini pelayanan, kualitas produk dan Harga sangat di utama kan. Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa Kuliatas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Bahan Kue di Surabaya. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang lebih diterapkan adalah dalam bentuk penampilan yang Rapi. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk(X2) juga sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dalam hasil ini kualitas produk yang harus lebih diterapkan yaitu Produk yang sesuai dengan manfaat. Hasil dari Penelitian di atas Menunjukkan bahwa Harga(X3) yang sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. harga yang sangat terjangkau tetapi memiliki kualitas yang tidak kalah jauh lebih baik.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era globalisasi yang sudah sangat canggih ini dapat membuat orang dapat berkreaitivitas lebih lagi, salah satunya adalah usaha dalam bidang kuliner. Apalagi pada saat pandemic yang melanda Indonesia sejak 2 tahun yang lalu, banyak usaha

yang bangkrut dan mengakibatkan orang-orang harus memutar otak agar mereka masih bisa bertahan dalam keadaan pandemic. Usaha Kuliner saat ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, usaha ini bisa dibilang tidak begitu rumit. Tetapi usaha kuliner/makanan haruslah memilih produk dan kualitas yang terbaik. Salah satu usaha yang teramai pada saat pandemic adalah makanan ringan seperti roti, kue box, pizza tart dll, mereka memilih untuk membuat usaha yang simple tetapi banyak peminatnya dengan begitu mereka akan otomatis mencari tempat dimana mereka bisa mendapatkan bahan yang berkualitas. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan Kualitas Pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008), kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Menurut Assauri (2014), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Keputusan Pembelian menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa suatu keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, harga, produk, promosi, *people*, dan proses.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas, yaitu pengaruh kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Toko Bahan Kue (ToBaKu) dengan kepuasan konsumen sebagai variabel. Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Elektronik Kuis dengan menggunakan Google form. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Toko Bahan Kue (ToBaKu). Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*). Karena penelitian ini dilakukan terhadap pembeli di TOBAKU, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Instrumen penelitian ini adalah Uji validitas, Uji Reliabilitas. Metode Pengumpulan Data menggunakan Kuesioner dan Studi Pustaka. Untuk Jenis dan Sumber data dibagi menjadi 2 yaitu, Data primer dan data Sekunder, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas. Teknik Analisis Data yaitu regresi Linier Berganda, Uji R (Koefisien Determinasi R^2), Uji t, Uji F.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Variable		rhitung	rtable	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.P1	0.459	0.361	Valid
	X1.P2	0.496	0.361	Valid
	X1.P3	0.638	0.361	Valid
	X1.P4	0.596	0.361	Valid
	X1.P5	0.623	0.361	Valid
Kualitas Produk	X2.P1	0.681	0.361	Valid
	X2.P2	0.883	0.361	Valid
Harga	X3.P1	0.883	0.361	Valid
	X3.P2	0.718	0.361	Valid
	X3.P3	0.872	0.361	Valid

Keputusan Pembelian	Y.P1	0.756	0.361	Valid
	Y.P2	0.829	0.361	Valid
	Y.P3	0.754	0.361	Valid
	Y.P4	0.789	0.361	Valid

Dari Tabel Uji Validitas menggunakan SPSS yang telah diolah peneliti diperoleh kesimpulan bahwa dari r tabel dari sample sebanyak 100 responden atau (N) = 100 adalah sebesar 0,361 dimana dengan ini r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Dengan demikian maka setiap pernyataan kuesioner penelitian dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	14

Reliability Statistics

Berdasarkan Hasil Uji Reliabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0.926>0.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas dinyatakan reliable sehingga menghasilkan data yang konsisten jika diuji berkali-kali.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,639	,339		4,843	,000
Kualitas Pelayanan	-,208	,103		-2,015	,047
1	,292	,090	-,153	3,239	,002
Kualitas Produk	,423	,102	,368	4,143	,000
Harga			,483		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$Y = 1,639 - 0,208 X_1 + 0,292 X_2 + 0,423 X_3$$

Keterangan :

- Nilai konstanta sebesar 1,639 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga), maka nilai Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 1,639.
- Nilai koefisien X_1 sebesar -0,208 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (Kualitas Pelayanan) sebesar satu, maka Keputusan Pembelian konsumen akan menurun sebesar 0,208.
- Nilai koefisien X_2 sebesar 0,292 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (Kualitas Produk) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian Konsumen akan bertambah sebesar 0,292.
- Nilai koefisien X_3 sebesar 0,423 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (Harga) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian Konsumen akan bertambah sebesar 0,423.

Uji t

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
	(<i>Constant</i>)	1,639	,339		4,843	,000
1	KualitasPelayanan	-,208	,103	-,153	-2,015	,047
	KualitasProduk	,292	,090	,368	3,239	,002
	Harga	,423	,102	,483	4,143	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Hasil Uji t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) lebih besar dari t tabel dengan $(-2,015 < 1,984)$ dengan nilai $\text{sig.} < 0,05$ dengan $(0,047 < 0,05)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan secara parsial Tidak ada pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Toko Bahan Kue Surabaya.

Hasil Uji t hitung pada variabel Kualitas Produk (X2) lebih besar dari t tabel dengan $(3,239 > 1,984)$ dengan nilai $\text{sig.} < 0,05$ dengan $(0,002 < 0,05)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Toko Bahan Kue Surabaya.

Hasil Uji t hitung pada variabel Harga (X3) lebih besar dari t tabel dengan $(4,143 > 1,984)$ dengan nilai $\text{sig.} < 0,05$ dengan $(0,000 < 0,05)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Toko Bahan Kue Surabaya.

Uji F (Simultan)

ANOVA

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	33,627	3	11,209	41,854	,000 ^b
<i>Residual</i>	25,710	96	,268		
<i>Total</i>	59,337	99			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (*Constant*), Harga, KualitasPelayanan, KualitasProduk

Sebagaimana yang dapat terlihat dari table Hasil Uji F pada kolom F hitung lebih besar F table dengan $(41,854 > 2,698)$ dengan nilai $\text{sig.} < 0,05$ dengan $(0,000 < 0,05)$. Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama atau Simultan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,753 ^a	,567	,553	,51750

a. Predictors: (*Constant*), Harga, KualitasPelayanan, KualitasProduk

Dari data di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (Y) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 56,7%. Angka tersebut diperoleh dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang tertera pada tabel yaitu sebesar 0,567 atau sama dengan 56,7%. Sedangkan 43,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

- Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa Kuliatas Pelayanan memiliki pengaruh yang negatif terhadap Keputusan Pembelian di Toko Bahan Kue di Surabaya. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, salah satu *indicator* yang sangat berpengaruh adalah Kehandalan dengan pernyataan
- Hasil dari penelitian di atas menunjukkan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang

signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. Toko bahan Kue harus lebih lag menambah Menu baru, merek yang baru bahkan tampilan/penataan yang menarik sehingga konsumen yang datang kembali tidak jenuh dan merasakan hal baru didalamnya. Salah satu *indicator* yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah Penampilan.

3. Hasil dari penelitian di atas menunjukkan Harga memiliki pengaruh yang signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang murah juga akan memberikan nilai yang tinggi kepada setiap konsumen.

Penutup **Kesimpulan**

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan Tobaku kepada Konsumen memuaskan, dalam bentuk penampilan yang rapi adalah salah satu bentuk tambahan nilai yang diberikan konsumen kepada Tobaku. Dan juga Pelayanan yang cepat juga akan membuat konsumen merasakan kenyamanan juga mempengaruhi Keputusan Pembelian.
2. Hasil Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk(X2) juga sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Produk dalam sebuah Usaha sangatlah berpengaruh, karena dengan menjual produk yang berkualitas akan membuat konsumen kembali dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang. Dan juga penataan tempat yang rapi, merek yang terbaru juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Hasil dari Penelitian di atas Menunjukkan bahwa Harga (X3) yang sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Harga Keputusan Pembelian konsumen Tobaku meliputi keinginan untuk membeli kembali, kertetarikan produk yang ditawarkan membuat konsumen kembali karena harga yang sangat terjangkau tetapi memiliki kualitas yang tidak kalah jauh lebih baik.

Saran

1. Bagi Pengembangan Ilmu
Dalam penelitian ini diharapkan peneliti mampu memahami dan memperluas wawasan yang telah diperoleh dalam bidang pemasaran khususnya di Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhdap Keputusan Pembelian.
2. Bagi Perusahaan
Setelah melakukan penelitian ini perusahaan dapat lebih lagi mengembangkan bisnisnya dan melakukan promosi yang lebih tepat. Dan juga mampu meningkatkan Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga agar dapat mampu mengikut perkembangan yang terjadi di dalam dunia usaha. Karena dengan begitu konsumen akan merasakan kenyamanan yang di berikan pihak Tobaku kepada Konsumen.

Daftar Pustaka

ailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
 Batinggi, B. (2014). *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Bentang Belia.
 dalam Saleh, W. (2010). *Manajemen Dan Enam Prinsip Pokok Kualitas Pelayanan*. Jakarta. Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383>