



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO TIANY CRAFT DI PONDOK CABE-TANGERANG SELATAN

Munarsih¹, Udin Ahidin², Tiani Esa Sapitri³

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Email: dosen02448@unpam.ac.id, dosen00406@unpam.ac.id, tianiesasapitri3@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 05 Juli 2022 Disetujui 18 Agustus 2022 Diterbitkan 25 Agustus 2022</p> <p>Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Tiany Craft Di Pondok Cabe-Tangerang Selatan. Metode penelitian menggunakan metode asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 101 responden. Metode analisis data menggunakan regresi. Hasil penelitian ini kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Product Quality; Service Quality; Purchase Decision</p>	<p><i>The purpose of this study was to examine and analyze the effect of product quality and service quality on purchasing decisions at the Tiany Craft Store in Pondok Cabe, South Tangerang. The research method uses the associative method. The sample used was 101 respondents. Methods of data analysis using regression. The results of this study have a significant effect on product quality on purchasing decisions. Service quality has a significant effect on purchasing decisions. Product quality and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.</i></p>

PENDAHULUAN

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan

seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Zakaria, 2017). Kasmir (2017: 64) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Tercapainya tujuan perusahaan ditandai oleh jumlah konsumen yang melakukan pembelian atau transaksi terhadap produk sehingga kebutuhan produk tersebut merupakan pengarah dari perilaku konsumen. Salah satu proses dari perilaku konsumen yaitu keputusan pembelian. Konsumen dihadapkan berbagai pilihan alternatif sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Menurut Buchari Alma (2013: 96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli.

Usaha handmade kerajinan tangan yang ada di Kelurahan pondok cabe, Kecamatan Pamulang dimulai pada tahun 2017 memiliki brand produk yang bernama Tiany Craft. Kerajinan tangan ini sendiri masih sangat minim dalam hal proses produksi yang masih menggunakan tenaga pekerja hanya beberapa orang, usaha kerajinan tangan ini merupakan usaha yang cukup sedikit dilakukan khususnya di Kelurahan Pondok Cabe yang mana usaha tersebut memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Tiany Craft merupakan toko yang bergerak di bidang penjualan kerajinan tangan yang berbahan baku dari kain flanel yang berdomisili di Pondok cabe. Hasil kerajinan yang dijual di Tiany Craft semuanya merupakan hasil karya sendiri (handmade). Tersedia berbagai macam hasil seperti Bouquet bunga, aksesoris, hiasan dinding, hiasan meja, gantungan kunci dengan model dan warna yang beragam. Tidak hanya berbahan dasar kain flanel tapi Tiany Craft juga melayani jasa seperti Bouquet snack, Bouquet coklat, Bouquet hijab, Bouquet sepatu, Bouquet skincare, Bouquet uang dan masih banyak yang lainnya menyesuaikan keinginan konsumen.

Tabel 1 Data Jumlah Konsumen Pada Toko Tiany Craft di Pondok Cabe

Tahun	Jumlah Customer
2017	58
2018	82
2019	183
2020	166
2021	135
Total	624

Sumber: Toko Tiany Craft

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di Tiany Craft mengalami penurunan berturut-turut selama 2 tahun terakhir, yaitu terjadi pada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2019 menuju ke tahun 2020 terjadi penurunan sebesar 17 orang, pada tahun 2020 ke tahun 2021 penurunan konsumen sebesar 31 orang. Berdasarkan latar belakang bisa disimpulkan adanya masalah pada Toko Tiany Craft yang terjadi penurunan keputusan pembelian pada 2 tahun berturut-turut yang harus diteliti lebih lanjut lagi, dan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mulai dari kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dengan permasalahan tersebut penulis memutuskan untuk menggunakan metode kuantitatif untuk meneliti agar memecahkan permasalahan yang ada pada Toko Tiany Craft di Pondok Cabe-Tangerang Selatan.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk menurut Assauri dalam kutipan Sri Depi Oktaveni (2014: 21) Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”,

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu Machfoedz (2013: 44) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari beberapa definisi para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2016:7) “metode kuantitatif dinamakan sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konktif/*empiris*, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut sebagai metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”. Tempat penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Toko Tiany Craft Jl. Pondok Cabe VI Gg. H.Dogol No.24 Rt.06/011, Kelurahan Pondok CabeIlir, Kecamatan Pamulang, Kabupaten Tangerang Selatan. Periode penelitian dilakukan selama 6 bulan mulai periode November 2021 dan Maret - Juli 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tabel 2 Regresi Linier Sederhana (X₁) Terhadap (Y)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.506	4.197		.597	.552
	Kualitas Produk	.650	.064	.713	10.131	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$Y = 2,506 + 0,650X_1$ Nilai konstanta 2,506 apabila variabel X_1 sama dengan nol, maka Y bernilai sama 2,506. Nilai koefisien 0,650 bahwa setiap perubahan satuan X_1 maka variabel Y naik sebesar 0,650

**Tabel 2 Regresi Linier Sederhana (X₂) Terhadap (Y)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.275	3.544		1.206	.231
	Pelayanan	.887	.077	.756	11.504	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$Y = 4,275 + 0,887 x_1$ Nilai konstanta 4,275 apabila variabel X_2 sama dengan nol, maka Y bernilai sama 4,275. Nilai koefisien 0,887 bahwa setiap perubahan satuan X_2 maka variabel Y naik sebesar 0,887.

**Tabel 3 Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.497	3.795		-.658	.512
	Kualitas Produk	.311	.083	.342	3.734	.000
	Pelayanan	.592	.107	.505	5.516	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$Y = -2,497 + 0,311X_1 + 0,592X_2$ nilai konstanta bernilai -2,497 dengan arah negatif, maka variabel X_1 dan X_2 dianggap tidak konstan atau bernilai < 0 . Maka variabel Y akan menurun sebesar -2,497 %. koefisien x_1 bernilai 0,311 dengan arah positif, maka kenaikan setiap 1% X_1 akan diikuti oleh kenaikan Y sebesar 0,311%. koefisien x_2 bernilai 0,592 dengan arah positif, maka kenaikan setiap 1% X_2 akan diikuti oleh kenaikan Y sebesar 0,592%.

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 2,506 + 0,650 x_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,650 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,504 atau sebesar 50,4% sedangkan sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau (10,131 $>$ 1,98447). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $4,275 + 0,887 x_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,887 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,568 atau sebesar 56,8% sedangkan sisanya sebesar 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($11,504 > 1,98447$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) Dan Kualitas Pelayanan (X₂) Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 10.496 + 0.287X_1 + 0.430X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,618 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 61,8% sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($81,793 > 3,09$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 2,506 + 0,650 x_1$, nilai korelasi sebesar 0,650 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 50,4% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($10,131 > 1,98447$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $4,275 + 0,887 x_1$, nilai korelasi sebesar 0,887 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 65,8% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($11,504 > 1,98447$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 10.496 + 0.287X_1 + 0.430X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,618 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 61,8% sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($81,793 > 3,09$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

REFERENSI

- Abubakar, Rusydi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Agus Sudarsono. (2020) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia. *Jurnal Unpam* Vol 3, No 1
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ayuk Riska. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemeditasi *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 8, No,3

- Bagas Rifki Wicaksono, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet yang Dimediasi oleh Minat Beli”, Skripsi Sarjana Ekonomi, (Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Negeri Yogyakarta, 2016). hal. 33
- Bambang Riyanto, 2014, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi. Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta,
- Christy. Diponegoro *Journal of Management*, vol. 5, no. 2, pp. 1-13, Sep. 2016.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta. Indomedia Pustaka.
- Ismail. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA* (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 5(3), 413-423. Vol 5 No 3 (2021)
- Jasmani. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Jurnal Unpam* Vol 1, No 1 (2018)
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler dan Armstrong (2016), Pengertian kualitas produk. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2), 2016
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Malhotra, Naresh. 2014. *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England.
- Manullang, M. Esterlina Hutabarat, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta :
- Nova Dhita Kurniasari, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian”, Skripsi Sarjana Ekonomi, (Semarang: Perpustakaan Universitas Diponegoro, 2013), hal. 2.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 3(3).
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahjaningsih, Endang dan Soliha. 2015. *Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*. Semarang : Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.
- Wijaya, Tony. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks
- Zeithaml dan Bitner, M. J. (2013). *Service Marketing, Sixth Edition*. Mc Graw Hill. America