

PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Pada Genteng Super Klagen Lamongan)
EFFECT OF SERVICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER
PURCHASE DECISIONS

(Study on Super Craft Klagen Lamongan)

Auliya Zaka Rizqi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

aulya2424@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Pelayanan, Kualitas
Produk, Keputusan
Pembelian*

Penelitian ini bertujuan untuk mengenali secara parsial dan secara simultan mana variabel yang dominan dalam pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kerajinan Genteng Super Klagen Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif, penelitian ini juga menggunakan sampel sebanyak 65 sampel, dengan menggunakan teknik Total Sampling. Sedangkan metode dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara, dan observasi, sedangkan analisis data yang digunakan yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi berganda, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari penelitian ini memperlihatkan bahwa hasil nilai uji t variabel pelayanan dan kualitas produk yang secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan dari hasil uji F memperlihatkan jika pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari persamaan regresi linier berganda didapat nilai variabel kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kerajinan Genteng Super Klagen Lamongan.

Keywords : *Service, Product Quality, Purchase Decision*

Alamat Kantor:

Abstract

This study aims to identify partially and simultaneously which is the dominant variable in the influence of service and product quality on consumer purchasing decisions in Klagen Lamongan Super Tile Crafts. This study uses quantitative research methods, this study also uses a sample of 65 samples, using the Total Sampling technique. While the methods of collecting data using questionnaires, interviews, and observations, while the data analysis used is using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple correlation, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. This research shows that the results of the t-test of service and product quality variables partially have a significant influence on consumer purchasing decisions. And the results of the F test show that service and product quality simultaneously have a significant influence on consumer purchasing decisions. From the multiple linear regression equation obtained the value of the product quality variable which has a dominant influence on consumer purchasing decisions in Klagen Lamongan Super Tile Crafts.

PENDAHULUAN

Setiap pelaku usaha pada tiap kategori usaha dituntut agar untuk selalu memiliki kepekaan pada adanya perubahan yang terjadi. Untuk bisa berkembang dan juga tetap terus bertahan, seorang pengelola usaha dituntut dan diharuskan untuk bisa melahirkan keunggulan atas produk yang dimiliki oleh perusahaannya, bisa melalui pelayanan dan kualitas produk yang tentunya hal ini dilakukan dalam upaya memuaskan para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:214) mendefinisikan pelayanan atau jasa sebagai layanan atau jasa merupakan seluruh tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak pada pihak yang lainnya, dimana dapat diartikan intinya tidak berwujud atau tidak terlihat dan juga tidak menjadikan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Amstrong (2019:253) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasaran untuk

memperoleh perhatian, digunakan, dibeli, atau dikonsumsi yang bias memuaskan kebutuhan dan keinginan. Menurut Assauri (2015:139) konsumen melakukan keputusan pembelian disebabkan oleh pengaruh kebiasaan.

Berdasarkan uraian diatas dan dijadikan latar belakang, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan)

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 65 responden yang menjadi konsumen yaitu para masyarakat atau penduduk sekitar yang menjadi pengguna, pembeli, konsumen, maupun pelanggan produk genteng di Kerajinan Genteng Super Klagen Karanggeneng Lamongan selama satu tahun terakhir. Dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Berganda, Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi R^2 , Uji t, dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, berikut ini hasil perhitungan penelitian menggunakan SPSS.

1. Hasil dari Uji Validitas X1, yaitu pelayanan di dapat *Pearson Correlation* yaitu X1.1 didapat r_{hitung} 0,859, X1.2 didapat r_{hitung} 0,768, X1.3 didapat r_{hitung} 0,729 dan X1.4 didapat r_{hitung} 0,869. Sedangkan diketahui r_{tabel} sebesar 0,244 yang berarti bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga instrumen dinyatakan valid.
2. Hasil dari Uji Validitas X2, yaitu kualitas produk di dapat *Pearson Correlation* yaitu X2.1 didapat r_{hitung} 0,881, X2.2

didapat r_{hitung} 0,791, X2.3 didapat r_{hitung} 0,750 dan X2.4 didapat r_{hitung} 0,839. Sedangkan diketahui r_{tabel} sebesar 0,244 yang berarti bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga instrumen dinyatakan valid.

3. Hasil dari Uji Validitas Y, yaitu pelayanan di dapat *Pearson Correlation* yaitu X1 didapat r_{hitung} 0,860, Y2 didapat r_{hitung} 0,748, Y3 didapat r_{hitung} 0,783 dan Y4 didapat r_{hitung} 0,889. Sedangkan diketahui r_{tabel} sebesar 0,244 yang berarti bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga instrumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil untuk Uji Reliabilitas pada SPSS 20, *Alpha Cronbach* pelayanan sebesar 0,822, kualitas produk sebesar 0,832, dan keputusan pembelian sebesar 0,839. Taraf $\alpha = 5\%$ dan $n = 65$ dalam koefisien *alpha* diperoleh masing-masing variabel yaitu $> 0,60$ berarti instrumen bisa dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

1. Hasil Uji Normalitas memperlihatkan bahwa titik-titik tersebar mengikuti garis diagonal pada grafik normal probability plot. Yang dimana berarti pada penelitian ini seluruh variabel yang terdiri dari variabel: Pelayanan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian memenuhi asumsi normalitas dari model regresi.
2. Hasil Uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel independent yang terdiri dari Pelayanan dan Kualitas Produk didapatkan nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai FIV < 10 . Dimana berarti pada penelitian ini variabel Pelayanan dan Kualitas Produk tidak terjadi multikolinieritas.
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas pada grafik Scatterplot menunjukkan titik-titik yang penyebarannya ada di atas dan dibawah nol di sumbu Y, yang berarti penelitian ini yang

terdiri dari variabel: Pelayanan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Autokorelasi menunjukkan output dari Runs Test dapat diketahui jika hasil nilai test sebesar 0,01281 sedangkan nilai dari probabilitasnya yaitu 0,382 lebih besar daripada 0,05 maka nilai residual menyebar secara acak diterima. Jadi artinya bisa diambil kesimpulan pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Korelasi Berganda

Hasil Uji Korelasi Berganda menunjukkan korelasi berganda (R) sebesar 0,780. Dan nilai R tersebut dapat diartikan bahwasanya pengaruh korelasi antara pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,780 yang mana memiliki nilai korelasi yang kuat dan signifikan.

5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,817	1,522		1,194	,237
X1	,275	,097	,274	2,848	,006
X2	,601	,098	,592	6,144	,000

a. Dependendt Variabel Y

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 20 (2021)

Hasil Uji Regresi Linier Berganda didapatkan dari persamaan regresi linier berganda, dan didapat kesimpulan seperti berikut:

1. Diketahui nilai konstanta yang ada dalam persamaan tersebut menunjukkan nilai sebesar 1,871 yang menunjukkan jika ditemukan hubungan yang searah, yang berarti semua variabel bebas sama dengan nol, artinya Keputusan Pembelian memiliki nilai sebesar 1,871.

2. Variabel Pelayanan (X_1) mempunyai koefisien regresi bernilai sebesar 0,275 yang artinya variabel Pelayanan jika ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan mengalami peningkatan Keputusan Pembelian Sebesar 0,275.
3. Variabel Kualitas Produk (X_2) mempunyai koefisien regresi bernilai sebesar 0,601 yang berarti variabel Kualitas Produk jika ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan mengalami peningkatan Keputusan Pembelian Sebesar 0,601.

6. Hasil Uji Determinasi R^2

Hasil Uji Determinasi R^2 yang didapatkan dari hasil Adjusted R Square sebesar 0,608 hal ini menunjukkan bahwa 60,8% Keputusan Pembelian di Kerajinan Genteng Super Klagen bisa dinyatakan oleh variabel independen yang terdiri dari Pelayanan dan Kualitas Produk sedangkan sisanya yaitu 39,2% Keputusan Pembelian di Kerajinan Genteng Super Klagen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti yang dikatakan oleh beberapa konsumen saat wawancara dan prasurvei yaitu mereka mengatakan variabel harga dan lokasi juga yang menjadikan ukuran dan bahan pertimbangan umum konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

7. Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Tabel 2

Uji Statistik t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,817	1,522		1,194	,237
X1	,275	,097	,274	2,848	,006
X2	,601	,098	,592	6,144	,000

a. Dependent Variable Y

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 20 (2021)

Hasil Uji t menyatakan jika hasil signifikan uji statistik t pada setiap variabel adalah sebafei berikut:

1. Pelayanan (X_1). Dari hasil uji t diperoleh t_{hitung} (2,848) lebih besar dari t_{tabel} (1,998) dengan $df = (n-k)$, pada taraf signifikan $\alpha = 0.05$ ($0,05/2=0,025$). Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Genteng Super Klagen.
2. Kualitas Produk (X_2). Berdasarkan dari hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} (6,144) lebih besar daripada nilai t_{tabel} (1,998) dengan $df = (n-k)$, pada taraf signifikan $\alpha = 0.05$ ($0,05/2=0,025$). Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya jika ada pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Genteng Super Klagen.

8. Hasil Uji F

Hasil Uji F Berdasarkan dari hasil yang diperoleh pada uji F, didapatkan F_{tabel} (2,36) dengan df ($n-k-1$) dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. $F_{tabel} = df$ ($n-k-1$). $0,05 = 65-2-1$. $0,05 = 62$.

Dari hasil pada tabel 5.13 uji F yang menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 48,164 pada tingkat sig. sebesar 0,000. Di taraf nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dengan $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df_2 = n - k = 65 - 3 = 62$, maka nilai $F_{tabel} = 3,15$. Hasil analisis data didapatkan nilai $F_{hitung} = 48,164$ dan nilai sig. = 0,000, maka nilai F_{hitung} ($48,164$) $>$ nilai F_{tabel} (3,15) dan sig. $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari sini bisa disebutkan jika hipotesis menyebutkan secara simultan variabel bebas yang terdiri dari Pelayanan, Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian di kerajinan Genteng Super Klagen dapat diterima atau terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis, dan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, bisa diambil kesimpulan seperti berikut ini:

1. Dari hasil pengujian pada uji t memperlihatkan jika variabel Pelayanan dan Kualitas Produk yang secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kerajinan Genteng Super Klagen adalah kedua variabel tersebut yaitu variabel Pelayanan dan Kualitas Produk. Hal ini dapat dibuktikan dari:
 1. t_{hitung} Pelayanan (X_1) = 2,848 dan sig.= 0,000 maka nilai t_{hitung} (2,848) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,998) dan sig. < 0,05.
 2. t_{hitung} Kualitas Produk (X_2) = 6,144 dan sig.= 0,000 maka nilai t_{hitung} (6,144) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,998) dan sig. < 0,05.
2. Dari hasil uji statistik F secara simultan didapatkan hasil dari analisis data bahwa nilai dari F_{hitung} = 48,164 dan nilai sig.0,000, maka F_{hitung} (48,164) lebih besar dari F_{tabel} (3,15) dan sig. < 0,05. Jadi berdasarkan kedua variabel Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kerajinan Kenteng Super Klagen.
3. Dari hasil yang didapatkan dari analisis regresi $Y = 1.817 + 0,275X_1 + 0,601X_2$ variabel yang ditemukan mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian yaitu variabel Kualitas Produk (X_2) karena mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,601.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Noerdiansyah. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan di Marketplace Rumah Milenial*. Skripsi. Program Sarjana. Universitas Islam Lamongan.
- Ahmad, Nur Kholis. 2017. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Songkok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kabupaten Lamongan (Studi Pada Kerajinan Songkok*

Auliya Zaka Rizqi

- UD. Putra ADM di Pengangsalan Kalitengah. Skripsi Lamongan. Program Sarjana Universitas Islam Lamongan. Bayu, Sutrisna A S. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks*. Volume 5. ISSN: 2461-0593.
- Dita, Mita Saraswati. 2016. *Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mitra Market Simo Sungelebak Karanggeneng Lamongan*. Skripsi Lamongan. Program Sarjana Universitas Islam Lamongan.
- Fatimatus Zahro. 2017. *Faktor-Faktor yang Mmempengaruhi Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Awam Swalayan Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan*. Skripsi. Program Sarjana. Universitas Islam Lamongan.
- Hetty Sri Wardani. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jizah Boutique Tlogosari Malang*. Skripsi. Program Sarjana. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nia, Rokh. 2018. *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan GayaHidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik di Kota Semarang*. ISBN: 978-979-3649-99-3.
- Nurcholidah, Lilik & Sulaeman, Moh Muklis (2021). "Comparative Consumer Preception to Purchase Decision of Drinking Water in Paked". *Journal of Humanities and Social Studies*. Vol.5 No.3.
- Yulia Evi, Nurcholidah Lilik, Riska Kurnia (2021). "Alternative Marketing Strategis of Traditional Drug in Facing the New Normal Era as The Impact of COVID 19. " *Journal of Humaniora and Social Studies*. Vol 5, No 3.
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-27. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ketiga. Alfabeta. Bandung.
- Sulaeman, MM. & Harsono M. (2021). Supply Chain Ontology: Model Overview and Synthesis. *Jurnal Mantik 5 (2)*, 790-799
- Sulaeman, Moh.Muklis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 3 (3), 747-822

Auliya Zaka Rizqi

Sulaeman, MM. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*. Hal. 16-22

Sulaeman, MM. Et.al. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Pengguna Jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3 (4), 892-895

Yanti Lesmono. 2017. *Bab II Kajian Pustaka dan Hipotesis Penelitian*. (Online). ([menurut-kotler-dan-armstrong-2019-253-produk-adalah-segalasesuatu yang dapat.html](#)), di akses pada 23 Oktober 2020.

