

URGENSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Rizza Bordir Probolinggo)

Mutinda Teguh Widayanto¹

Universitas PancaMarga, Probolinggo
mutindateguh@upm.ac.id

Moh. Iskak Elly²

Universitas PancaMarga, Probolinggo
Iskak_upm@yahoo.co.id

Windi Prasetyo³

Universitas PancaMarga, Probolinggo
windhi.wp@gmail.com

Abstract

This research was conducted to test the urgency of Product Quality, Price and Service Quality in relation to Purchasing Decisions. This research was conducted at Rizza Embroidery, which produces fashion products, which is located in the City of Probolinggo, East Java. The method used in this research is quantitative with a causal associative approach. The population in this study were consumers of Rizza Embroidery in the period August, September and October 2020. Samples were taken using the incidental sampling method developed by Roscoe, and obtained 83 respondents. Multiple Linear Analysis is carried out using the SPSS tool to test the relationship between variables. The results showed that product quality, price and service quality had a significant effect on purchasing decisions either partially or simultaneously. Thus it can be concluded that Product Quality, Price and Service Quality have an urgency to be considered in relation to purchasing decisions.

Keywords : Quality, Price, Service, Purchase Decision.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji urgensi Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dalam hubungannya dengan Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Rizza Bordir yang menghasilkan produk fashion, yang berlokasi di Kota Probolinggo Jawa Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Rizza Bordir pada periode Agustus, September dan Oktober 2020. Sampel diambil dengan menggunakan metode *insidental sampling* yang dikembangkan oleh Roscoe, dan didapatkan responden berjumlah 83 konsumen. Analisis Linier berganda dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian baik secara parsial maupun secara simultan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan mempunyai urgensi untuk diperhatikan dalam hubungannya dengan keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Produk, Harga, Pelayanan, Keputusan Pembelian.

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa perubahan dalam bisnis modern dengan munculnya

produk atau barang maupun jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan masing-masing barang maupun jasa tersebut. Perusahaan akan dapat mempertahankan eksistensinya jika bisa

beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang terjadi (Widayanto, 2020). Perusahaan harus mampu menciptakan unsur pembeda produk di pasar. Perusahaan harus siap menghadapi pesaing dalam merebut pangsa pasar. Perusahaan juga harus siap untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk adalah satu dari media yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning* (Rangkuti, 2018). Disamping kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau juga menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen dalam melakukan keputusan untuk melakukan pembelian. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya (Sunyoto, 2015). Selain kualitas produk dan pemberian harga yang berbeda dengan perusahaan pesaing, suatu perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan yang dimiliki. Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut (Mutiawati, 2019). Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi 2 perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satunya (Sangadji, 2013).

Rizza Bordir merupakan suatu usaha yang berfokus pada penjualan kerajinan

bordir. Dalam menghadapi persaingan bisnis, Rizza Bordir selalu memperhatikan kualitas produknya, salah satunya dengan cara melakukan berbagai inovasi seperti mengikuti *trend fashion*, sehingga produk Rizza Bordir menjadi unggul dibandingkan dengan produk pesaing, atau memberi potongan harga (diskon) dengan tujuan menarik minat konsumen, pelayanan yang diberikan Rizza Bordir selalu mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan loyal.

Banyak penelitian yang sudah dilakukan terkait dengan kualitas produk, harga dan kualitas layanan. Anugrah Janwar Tunis dan Sopa Martina (2016) yang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di The Secret Factory Outlet, menyimpulkan bahwa Terdapat pengaruh simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, secara parsial kualitas produk dan harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian Eky Jumrotul Laila (2018) yang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga menjadi faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Miftakul Janah (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi berpengaruh baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Anna Fitria (2017) dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian serta untuk mencari faktor yang dominan yang menentukan keputusan pembelian sehingga dapat diketahui urgensi untuk memperhatikan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari uraian permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

a. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ?

b. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ?

c. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian ?

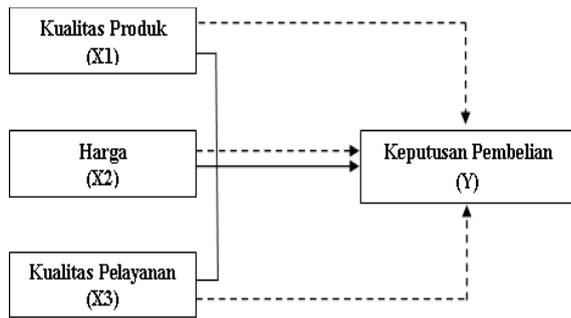
Untuk dapat mendeskripsikan variabel yang diteliti, maka perlu ditentukan indikator masing-masing variabel. Indikator kualitas produk disusun menurut Tjiptono dan Diana dalam Eky (2018). Indikator harga dan kualitas pelayanan disusun menurut Stanton dalam Fitria (2017). Indikator keputusan pembelian disusun menurut Nasution (2018). Indikator variabel penelitian seperti dalam tabel 1 berikut :

Tabel 1. Indikator Penelitian

Kualitas Produk	Harga	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja (<i>Performance</i>); • Keandalan (<i>Reliability</i>); • Estetika (<i>Aesthetics</i>); • Daya tahan (<i>Durability</i>); • Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan; • Kesesuaian dengan kualitas • Daya saing; • Kesesuaian dengan manfaat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Keandalan (<i>reliability</i>); • Daya tanggap (<i>responsiveness</i>); • Jaminan (<i>assurance</i>); • Perhatian (<i>emphaty</i>); • Bukti fisik (<i>tangible</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan; • Merek; • Waktu; • Metode pembayaran

Sumber : Referensi Penelitian

Untuk memperjelas alur penelitian ini maka dapat digambarkan kerangka berpikir sebagaimana gambar 1 berikut



Gambar 1: Kerangka Berpikir
Sumber : Data Kajian Teori

Keterangan:

- > Pengaruh Simultan
- - - -> Pengaruh parsial
- > Pengaruh dominan

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, suatu gejala (Sujarweni, 2018).

Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang diambil adalah pengumpulan data data primer. Data primer adalah data kuesioner yang diperoleh dengan metode survey untuk diisi oleh responden penelitian tentang variabel penelitian. Kuisisioner yang diberikan adalah pernyataan tentang masing-masing variabel sesuai indikator sebagaimana tersebut pada tabel 1. Penentuan skor kuesioner

dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan skor 1 s/d 5 (Sugiono, 2018).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk Rizza Bordir Kota Probolinggo pada bulan September hingga Oktober 2020. Sedangkan sampel diambil dengan metode *insidental sampling* dan sesuai persyaratan mengambil sampel yang dikembangkan oleh Roscoe (Sugiono, 2018) didapat responden sebanyak 40 konsumen.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini digolongkan ke dalam variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan uraian sebagai berikut :

- Variabel X₁ : Kualitas Produk
- Variabel X₂ : Harga
- Variabel X₃ : Kualitas Pelayanan
- Variabel Y : Keputusan Pembelian

Uji Instrumen

Sebelum dilakukan uji statistik, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, sedannangka uji asumsi klasik juga digunakan, yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, auto keralasi dan heteroskedastisitas.

Setelah memenuhi validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, langkah selanjutnya, data dapat dianalisis dengan menggunakan uji

regresi linear berganda. Pengujian ini dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- x_1 = Kualitas Produk
- x_2 = Harga
- x_3 = Kualitas Pelayanan
- b_1 = Koefisien Kualitas Produk
- b_2 = Koefisien Harga
- b_3 = Koefisien Kualitas Pelayanan

Selanjutnya digunakan pengukuran Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menentukan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Tahap terakhir dari analisis statistik ini adalah uji hipotesis yang terdiri dari uji F, uji t dan penentuan variabel dominan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian

Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X_1) adalah sebagaimana tabel 2 berikut :

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Variabel X_1

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,799	0,312	Valid
2	0,702	0,312	Valid
3	0,827	0,312	Valid
4	0,819	0,312	Valid
5	0,753	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga (X_2) adalah sebagaimana tabel 3 berikut :

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen X_2

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,724	0,312	Valid
2	0,804	0,312	Valid
3	0,809	0,312	Valid
4	0,866	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) adalah sebagaimana tabel 4 berikut :

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen Variabel X_3

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,861	0,312	Valid
2	0,881	0,312	Valid
3	0,917	0,312	Valid
4	0,908	0,312	Valid
5	0,770	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (X_4) adalah sebagaimana tabel 5 berikut :

Tabel 5. Uji Validitas Instrumen Variabel Y

No. Item	r hitung	r tabel 5% (40-2 = 38)	Keterangan
1	0,513	0,312	Valid
2	0,812	0,312	Valid
3	0,636	0,312	Valid
4	0,802	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen sebagaimana tabel 2,3,4 dan 5 dapat diketahui bahwa diperoleh hasil r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} sehingga semua data dapat dikatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas semua variabel adalah sebagaimana tabel 6 berikut :

Tabel 6. Data Hasil Pengujian Reliabilitas

Var.	Jumlah Pernyataan (N)	Cronbar h.Alpha	Ketetapan Reliabilitas	Ket.
(X ₁)	5 item	0,839	0,60	Reliabel
(X ₂)	4 item	0,812	0,60	Reliabel
(X ₃)	5 item	0,912	0,60	Reliabel
(Y)	4 item	0,655	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (konsisten dan dapat dipercaya), karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari ketetapan reliabilitas yaitu 0,60 sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Tes adalah sebagaimana tabel 7 berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

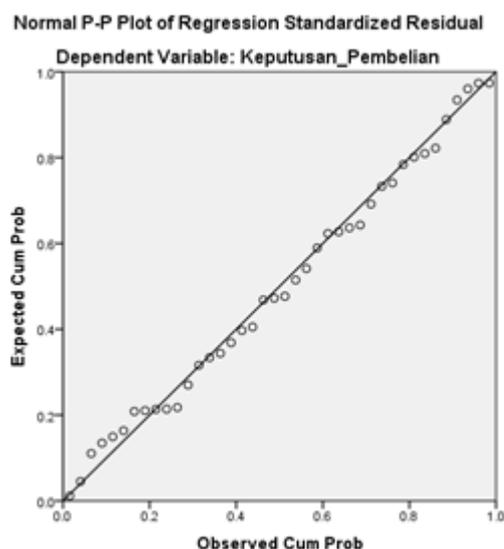
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20309731
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.051
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- 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 22

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Sedangkan uji normalitas berdasar *probability plots* adalah sebagaimana gambar 2 berikut :



Gambar 2: Pengujian *probability plots*

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan gambar 2 *probability plot* terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang berarti menunjukkan bahwa pola distribusi data adalah normal.

b) Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas adalah sebagaimana tabel 8 berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstand. Coefficients		Stand. Coeff.	t	Sig.	Tol.	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.704	2.020		.348	.730		
Kualitas_Produk	.346	.084	.460	4.146	.000	.808	1.245
Harga	.237	.090	.281	2.635	.012	.868	1.152
Kualitas_Pelayanan	.227	.074	.330	3.059	.004	.850	1.176

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 8, hasil uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 1,245, nilai VIF variabel Harga (X_2) sebesar 1,152 dan nilai VIF variabel Kualitas Pelayanan (X_3) 1,176. Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini berarti dalam model regresi tidak ada korelasi antar variabel bebas. Dengan demikian dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi adalah sebagaimana tabel 9 berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi
 Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.802 ^a	.644	.614	1.252	1.992

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 9, diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,992. Nilai DW 1,992 lebih besar dari nilai batas atas (du) yakni 1,658 dan nilai DW berada diantara nilai dU (1,658) dan nilai 4 - dU (2,342). Maka dapat diartikan bahwa data penelitian tidak terdapat autokorelasi.

d) Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Hasil Uji Heteroskedastisitas adalah sebagaimana tabel 10 berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Glejser
 Coefficients

Model	Unstand. Coeff.		Stand. Coeff.	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.290	1.177		1.946	.069
Kualitas_Produk	-.007	.049	-.027	-.146	.884
Harga	-.033	.052	-.111	-.630	.533
Kualitas_Pelayanan	-.029	.043	-.119	-.673	.505

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 10, dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,884, variabel harga sebesar 0,533, dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,505. Hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua variabel independen diatas 0,05 atau 5%.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS adalah sebagaimana tabel 11 berikut :

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstand Coeff.		Stand Coeff.	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.704	2.020		.348	.730
Kualitas_Produk	.346	.084	.460	4.146	.000
Harga	.237	.090	.281	2.635	.012
Kualitas_Pelayanan	.227	.074	.330	3.059	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan, dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,704 + 0,346X_1 + 0,237X_2 + 0,227X_3$$

- a) Diketahui nilai konstanta sebesar 0,704 menyatakan jika tidak ada variabel Kualitas Produk (X_1), variabel Harga (X_2), dan variabel Kualitas Pelayanan (X_3) maka besarnya nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,704.
- b) Koefisien Regresi b_1 (Kualitas Produk) = 0,346 yang menyatakan jika Kualitas Produk (X_1) mengalami peningkatan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,346. Jika Kualitas Produk (X_1) mengalami penurunan satu-satuan maka Keputusan pembelian (Y) akan menurun sebesar 0,0346.
- c) Koefisien Regresi b_2 (Harga) = 0,237 yang menyatakan jika Harga (X_2) mengalami peningkatan satu-satuan,

maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,237. Jika Harga (X_2) mengalami penurunan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun sebesar 0,237.

- d) Koefisien Regresi b_3 (Kualitas Pelayanan) = 0,227 yang menyatakan jika Kualitas Pelayanan (X_3) mengalami peningkatan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,227. Jika Kualitas Pelayanan (X_3) mengalami penurunan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun sebesar 0,227.

Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan Koefisien Determinasi dengan menggunakan alat bantu SPSS adalah sebagaimana tabel 12 berikut :

Tabel 12. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.644	.614	1.252

a Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk
 b Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 12, diketahui besarnya Adjusted R Square adalah 0,614 yang berarti 61,4% variabel dependen (Keputusan Pembelian) dipengaruhi oleh variabel independen (Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan). Sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak

termasuk dalam penelitian ini. Menurut Sugiono dalam Riyanto & Aglis (2020) besarnya R Square 61,4% adalah termasuk kategori kuat sebagaimana tabel 13 berikut:

Tabel 13. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono dalam Riyanto & Aglis 2020
 Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan adalah sebagaimana tabel 14 berikut :

Tabel 14 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101.950	3	33.983	21.672	.000 ^b
Residual	56.450	36	1.568		
Total	158.400	39			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 14, hasil pengujian menunjukkan nilai F_{hitung} 21,672 lebih besar dari F_{tabel} 2,87 dengan nilai $sig. F = 0,000 < 0,05$, berarti bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b) Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial adalah sebagaimana tabel 15 berikut :

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Model	Unstand. Coeff.		Stand. Coeff.	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.704	2.020		.348	.730
Kualitas_Produk	.346	.084	.460	4.146	.000
Harga	.237	.090	.281	2.635	.012
Kualitas_Pelayanan	.227	.074	.330	3.059	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan data tabel 15, untuk variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 4,146 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,000$, karena nilai $sig. t < 0,025$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Harga (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 2,635 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,012$ karena nilai $sig. t < 0,025$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} 3,059 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dengan nilai $sig. t = 0,004$ karena nilai $sig. t < 0,025$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

c) Variabel Dominan

Berdasarkan data pada tabel 15, maka dapat diketahui variabel yang lebih dominan berpengaruh adalah variabel Kualitas Produk, hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} variabel

Kualitas Produk (X_1) = 4,146 lebih besar daripada nilai t_{hitung} variabel Harga (X_2) = 2,635 dan nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_3) = 3,059.

Pembahasan

Pengaruh Secara Simultan

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tunis & Sopa (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Laila (2018), yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Janah (2017), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Fitria (2017), yang menemukan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ariyanto &

Eramaya (2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kelengkapan produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Secara Parsial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian Tunis & Sopa (2016), yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laila (2018), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Janah (2017), yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Fitria (2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ariyanto & Eramaya (2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk

berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Dominan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Ariyanto & Eramaya (2018), yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Tunis & Sopa (2016), yang menemukan bahwa harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Laila (2018), yang menemukan bahwa harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian Janah (2017), yang menemukan bahwa promosi memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2017), yang menemukan bahwa harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

D. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat urgensi untuk

memperhatikan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan karena hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Secara simultan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

Secara parsial kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

Kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Rizza Bordir Probolinggo.

E. Daftar Pustaka

- Ariyanto, Nurmin & Eramaya Patilaya. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro*. Jurnal Kreatif. ISSN: 2339-0689, e-ISSN: 2406-8616. Diakses dari <http://openjournal.unpam.ac.id>
- Fitria, Anna. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. e-ISSN : 2461-0593. Diakses dari <http://eprints.ums.ac.id>
- Janah, Miftakul. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab*. e-ISSN : 2461-0593.

- Laila, Eky Jumrotul. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). ISSN: 2337-6708. Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id>
- Mutiawati. Dkk. 2019. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nasution, Hamni Fadilah. 2018. *Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam. p-ISSN: 2356-492X, e-ISSN: 2549-9270. Diakses dari <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id>
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Slamet & Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2018. *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sunyoto, Danang. 2015a. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Widayanto, Mutinda Teguh, Dedi Joko Hermawan, Junaidi, and Mohammad Natsir. 2020. "Implementasi Manajemen Strategik Dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha". *SKETSA BISNIS* 7 (2), 72-83. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.2306>.
- Tunis, Anugrah Janwar & Sopa Martina. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Thesecret Factory Outlet*. Pariwisata. ISSN: 2355-6587, e-ISSN: 2528-2220. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id>