

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang

Dzakie Haikal Azizi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Jln Jend Sudirman Km.4 No. 62,  
20 Ilir D, IV Kec. Ilir Timur 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan  
[dzakiehaika@gmail.com](mailto:dzakiehaika@gmail.com)

Siti Komariah Hildayanti

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Jln Jend Sudirman Km.4 No. 62,  
20 Ilir D, IV Kec. Ilir Timur 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan  
[hildayanti@uigm.ac.id](mailto:hildayanti@uigm.ac.id)

Mohammad Kurniawan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Jln Jend Sudirman Km.4 No. 62,  
20 Ilir D, IV Kec. Ilir Timur 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan  
[Kurniawan@uigm.ac.id](mailto:Kurniawan@uigm.ac.id)

### Article's History:

Received 4 February 2024; Received in revised form 15 February 2024; Accepted 1 March 2024; Published 1 April 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

### Suggested Citation:

Azizi, D. H., Hildayanti, S. K., & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (2). 1292-1303. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2309>

### Abstrak

Perkembangan industri ritel di Indonesia semakin pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan membawa dampak kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Banda Baru Palembang secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan bantuan SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Toko Banda Baru Palembang. Sampel menggunakan rumus Lemeshow diperoleh jumlah 96 responden. Skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Teknik Sampling menggunakan Accidental Sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan 40,2% dan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Banda Baru Palembang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

### Abstract

*The development of the retail industry in Indonesia is increasingly rapid in line with economic growth and changes in people's lifestyles. The better the quality of product and the quality of the service provided has an impact on consumer satisfaction and purchasing decisions. This research aims to determine the influence of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions at the Banda Baru Palembang Store partially or simultaneously.*

*The research method used is quantitative research with the help of SPSS version 26. The population in this research is the consumers of Toko Banda Baru Palembang. The sample using the Lemeshow formula obtained a total of 96 respondents. The measurement scale uses a Likert Scale. The sampling technique uses accidental sampling.*

*The research results show that partially the Product Quality variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The Service Quality variable has no influence and is not effect on Purchasing Decisions. The magnitude of the influence of product quality and service quality on purchasing decisions simultaneously is 40.2% and the*

remaining 59.8% is influenced by other variables not studied. Product quality and service quality simultaneously influence consumer purchasing decisions at Toko Banda Baru Palembang.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality and Purchase Decision

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri ritel di Indonesia semakin pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan melalui bagaimana perusahaan tersebut melakukan strategi pemasaran dalam peningkatan penjualannya. Strategi pemasaran yang sering mempengaruhi yaitu semakin baik produk dan pelayanan yang diberikan sehingga membawa dampak kepuasan konsumen dan kepercayaan produk tersebut bertambah yang akan memberikan dampak pada keputusan pembelian konsumen. Konsumen tentunya akan mencari produk yang berkualitas baik dalam membuat keputusan pembelian (Yeni, et., al. 2023).

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan itu dilakukan (Tanady & Fuad, 2020). Menurut Kotler & Armstrong (2019), kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Menurut (Hamirul, 2020), kualitas pelayanan merupakan sebuah kenyataan atas pelayanan yang akan diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin di terima oleh konsumen atau pelanggan.

Di Kota Palembang, salah satu toko yang menjadi tujuan utama konsumen adalah Toko Banda Baru. Toko Banda Baru Palembang didirikan sudah hampir sekitar 28 tahun yaitu dari tahun 1995 hingga saat ini. Toko Banda Baru telah mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam industri ritel yang kompetitif dan dinamis, kualitas pelayanan telah menjadi salah satu faktor utama yang membedakan dan mempertahankan posisi toko ini di pasar. Toko Banda Baru di Palembang memegang peranan penting sebagai salah satu destinasi utama bagi konsumen yang mencari berbagai jenis produk. Toko pakaian ini masih mempertahankan produk mereka yaitu Sarung Shalat, Mukena, Taplak Meja, Alas Kaki, Batik dan lain-lain.

Tabel 1.  
Data Penjualan Toko Banda Baru Palembang

Tahun 2022		
No	Produk	Data Penjualan
1	Sarung	40 pcs
2	Spray	60 pcs
3	Mukena	40 pcs
4	Sejadah	60 pcs
5	Kain panjang	40 pcs
6	Taplak meja	100 pcs
7	Alas kaki	40 pcs
8	Baju koko	40 pcs
9	Bedcover	2 pcs
10	Handuk	12 pcs
Tahun 2023		
1	Sarung	70 pcs
2	Spray	60 pcs
3	Mukena	60 pcs
4	Sejadah	80 pcs
5	Kain panjang	40 pcs
6	Taplak meja	145 pcs
7	Alas kaki	40 pcs
8	Baju koko	50 pcs
9	Bedcover	5 pcs
10	Handuk	24 pcs

Sumber : Toko Banda Baru Palembang (2023)

Berdasarkan Tabel 1 Hasil data penjualan pada Toko Banda Baru Palembang dapat dilihat bahwa volume penjualannya mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun 2022 sampai 2023. Peningkatan cukup tinggi dapat dilihat dari produk taplak meja, baju koko, sejadah dan sarung. Hal ini dikarenakan pada bulan februari dan maret tersebut bertepatan dengan mendekati bulan ramadhan.

Hasil wawancara dengan Bapak Gusrizal pemilik Toko Banda Baru Palembang bahwa hasil penjualan setiap harinya berkisar Rp 5.000.000 sampai dengan Rp 8.000.000. Namun setelah melakukan observasi, permasalahan yang dialami Toko Banda Baru adalah bahwa persaingan antar toko sejenis yang ada di Kota Palembang sangat ketat dan persaingan di dunia online, sehingga konsumen diberikan banyak pilihan untuk memilih toko mana yang mampu memenuhi kebutuhannya.

Permasalahan yang ada pada Toko Banda Baru yakni produk yang berkualitas susah untuk dipenuhi disebabkan jalur distribusi yang lambat dan sering terjadi kelunturan warna pada beberapa produknya. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas produk masih kurang baik dengan adanya beberapa masalah tersebut. Sementara pada masalah kualitas pelayanan Toko Banda Baru yaitu karyawan yang kurang begitu dinamis dikarenakan kekurangan pegawai yang ada di Toko Banda Baru. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Toko Banda Baru terus berusaha menciptakan daya saing produk dengan mengandalkan produk merek yang ternama dan banyak di cari orang.

## KAJIAN PUSTAKA

### KUALITAS PRODUK

Menurut Malau (2017) produk yang merupakan barang berwujud nyata dan bisa terlihat yang di rancang untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut Napitupulu (2019) kualitas produk menjadi hal yang sangat terpenting yang wajib diusahakan oleh semua perusahaan bila produknya bisa bersaing di pasar dalam pemuasan kebutuhan maupun keinginan konsumen. (Abadi & Herwin 2019) menyebutkan ada terdapat tujuh parameter kualitas produk meliputi:

1. Kinerja Produk (*Performance*)
2. Keterandalan Produk (*Reliability*)
3. Fitur Produk (*Feature*)
4. Daya Tahan (*Durability*)
5. Kemampuan di Perbaiki (*Serviceability*)
6. Keindahan Tampilan Produk (*Aesthetic*)
7. Kualitas Yang Dirasakan (*Perceived Quality*)

### KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan sebagai sebuah karakteristik dari barang maupun jasa yang memiliki kemampuan guna bisa mencukupi kebutuhan konsumennya, baik yang terlihat jelas ataupun yang tersembunyi (Lianardi & Chandra 2019) Setianto & Fuady (2018) menyebutkan ada lima parameter pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Empati (*Emphaty*)
4. Bukti Nyata (*Tangible*)
5. Jaminan (*Assurance*)

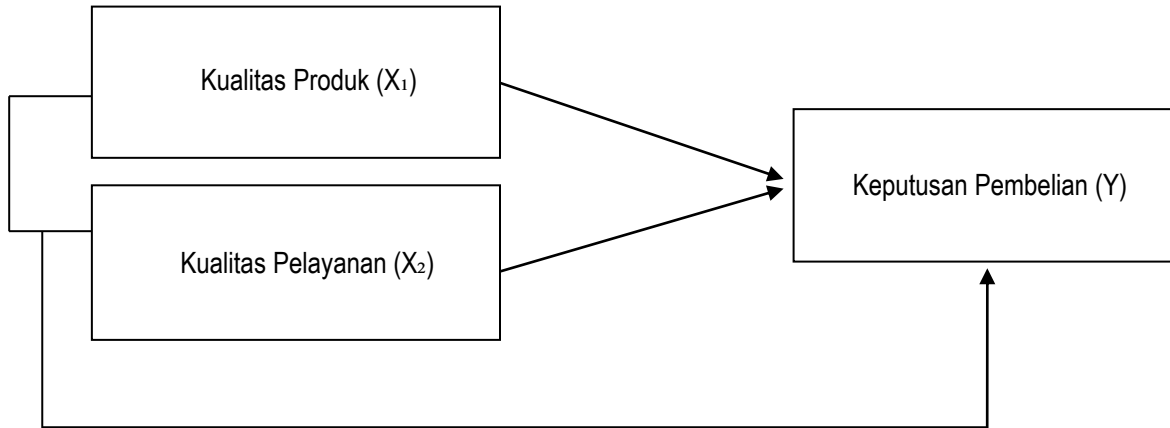
### KEPUTUSAN PEMBELIAN

Keputusan pembelian yaitu perbandingan produk terhadap sebuah perusahaan baik dari kualitas produk dan dari segi harga, dimana para konsumen mendapatkan berbagai informasi dari beberapa referensi dari orang lain (Prasetyo & Arista 2018). Menurut Kristiyana, et, al. (2019) ada lima indikator keputusan pembelian meliputi:

1. Tujuan membeli sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli serta menggunakannya
3. Meyakinkan atau merekomendasikan ke orang lain
4. Penilaian produk

## 5. Pembelian kembali

### KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

### HIPOTESIS

- H<sub>1</sub>: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Banda Baru Palembang.
- H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Banda Baru Palembang.
- H<sub>3</sub>: Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Banda Baru Palembang.

### METODOLOGI

#### Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini selama 5 (lima) bulan, yaitu dari bulan September sampai dengan bulan Januari 2024. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Banda Baru Palembang yang penelitian ini diharapkan dapat memberikan andil dan manfaat dalam peningkatan keputusan pembelian konsumen.

#### Jenis dan Sumber Data

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berlangsung secara ilmiah dan sistematis dimana pengamatan yang dilakukan mencakup segala hal yang berhubungan dengan objek penelitian, fenomena serta korelasi yang ada diantaranya. Dalam riset menggunakan perolehan data primer dan sekunder.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

- Kuesioner
- Wawancara
- Dokumentasi
- Studi Literatur

#### Populasi dan Sampel

Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Banda Baru Palembang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental Sampling* yang dilakukan dengan

teknik *Purposive Sampling*. Dengan demikian jumlah sampel dengan menggunakan Rumus Limeshow, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak jadi sebanyak 96 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas adalah digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Tabel 2.  
Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.01	0,615	0,200	Valid
	X1.02	0,662	0,200	Valid
	X1.03	0,640	0,200	Valid
	X1.04	0,645	0,200	Valid
	X1.05	0,670	0,200	Valid
	X1.06	0,521	0,200	Valid
	X1.07	0,650	0,200	Valid
	X1.08	0,571	0,200	Valid
	X1.09	0,683	0,200	Valid
	X1.10	0,648	0,200	Valid
	X1.11	0,644	0,200	Valid
	X1.12	0,507	0,200	Valid
	X1.13	0,622	0,200	Valid
	X1.14	0,627	0,200	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.01	0,630	0,200	Valid
	X2.02	0,796	0,200	Valid
	X2.03	0,801	0,200	Valid
	X2.04	0,801	0,200	Valid
	X2.05	0,732	0,200	Valid
	X2.06	0,679	0,200	Valid
	X2.07	0,650	0,200	Valid
	X2.08	0,769	0,200	Valid
	X2.09	0,854	0,200	Valid
	X2.10	0,805	0,200	Valid
	X2.11	0,682	0,200	Valid
	X2.12	0,821	0,200	Valid
	X2.13	0,678	0,200	Valid
	X2.14	0,760	0,200	Valid
	X2.15	0,780	0,200	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,692	0,200	Valid
	Y2	0,737	0,200	Valid
	Y3	0,651	0,200	Valid
	Y4	0,593	0,200	Valid
	Y5	0,608	0,200	Valid
	Y6	0,689	0,200	Valid
	Y7	0,604	0,200	Valid
	Y8	0,716	0,200	Valid
	Y9	0,590	0,200	Valid
	Y10	0,616	0,200	Valid
	Y11	0,736	0,200	Valid
	Y12	0,660	0,200	Valid
	Y13	0,638	0,200	Valid
	Y14	0,686	0,200	Valid
	Y15	0,577	0,200	Valid

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Tabel 2 diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai uji validitas yang sangat kuat, kuesioner dikatakan valid jika nilai  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel dan diketahui nilai  $r$ -tabel ( $Df = N - 2 = 96 - 2 = 94$ ). Jadi dapat diartikan bahwa keseluruhan item variabel memiliki data yang valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini ialah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.  
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Acuan	Keterangan
Kualitas Produk	0,762	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,896	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,844	0,6	Reliabel

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa dengan 3 variabel yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian semuanya dianggap reliabel sebab memiliki nilai alpha diatas 0,6.

## 3. Uji Asumsi Klasik

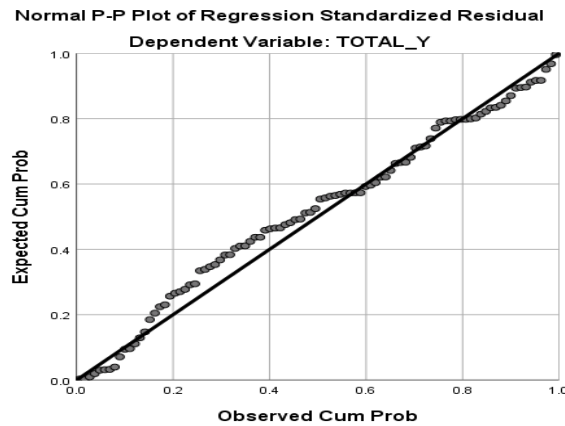
### A. Uji Normalitas

Tabel 4.  
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.56587350
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.049
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.500
Point Probability		.000

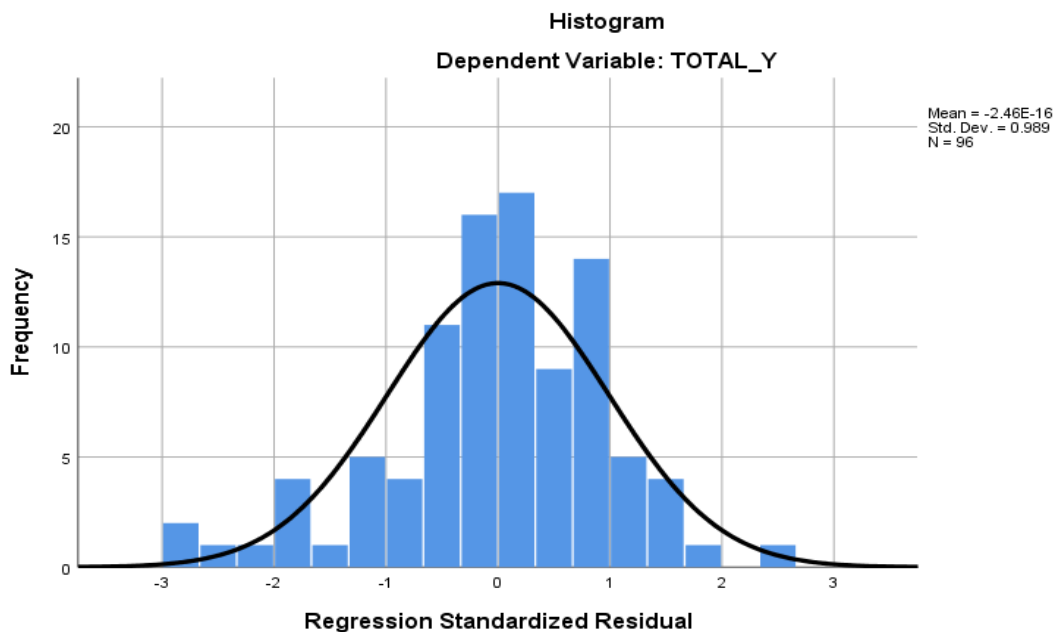
Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan hasil output SPSS 26 *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikan Asymptotic sebesar 0,102 atau lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,102 > 0,05$ , maka nilai residual yang dihasilkan terdistribusi dengan normal.



Gambar 1. P Plot  
 Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa pengujian normalitas dengan menggunakan diagram dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik Scatter Plot, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data jauh dari regresi atau tidak mengikuti arus garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Histogram  
 Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan grafik histogram pada Gambar 2 menunjukkan bahwa data bergerak sejajar dengan membentuk huruf U terbalik, membentuk garis melengkung seperti lonceng terbalik. Hal ini menunjukkan bahwa pola terdistribusi dengan normal dan menuhi asumsi dari normalitas.

## B. Uji Multikolinearitas

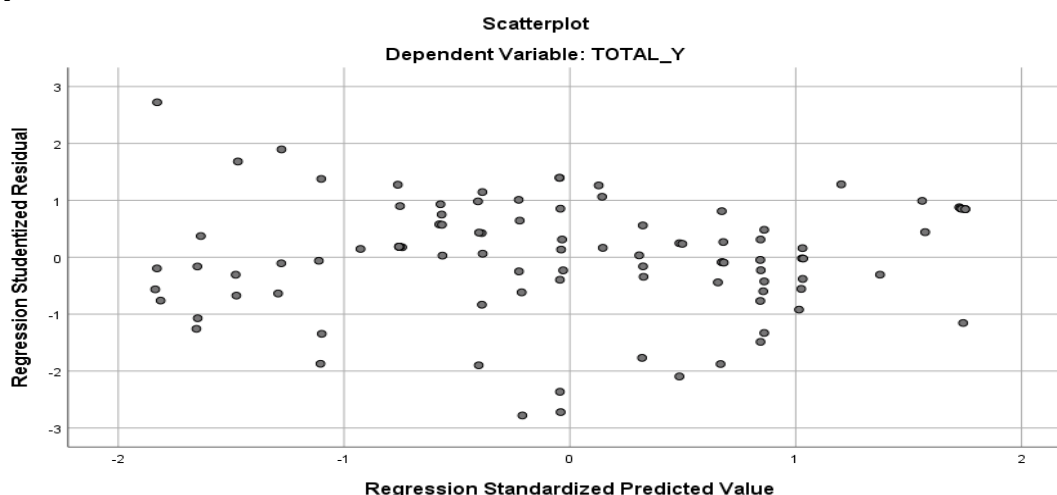
Tabel 5  
Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.165	8.187			
	Kualitas Produk	.812	.103	.634	1.000	1.000
	Kualitas Pelayanan	.005	.080	.005	1.000	1.000

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Tabel 5 diatas, diketahui besarnya nilai tolerance masing-masing variabel independen yaitu Kualitas Produk (1,000) dan Kualitas Pelayanan (1,000) lebih besar dari 0,10. Nilai VIF masing-masing independen yaitu Kualitas Produk (1,000) dan Kualitas Pelayanan (1,000) kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance kedua variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

## C. Uji Heterkedastisitas



Gambar 3.  
Scatterplot Heterokedastisitas  
Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Gambar 3 bahwa grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, titik tersebut tidak berada tetap di sumbu X dan Y akan tetapi menyebar secara halus, dan juga tidak membentuk pola yang gelombang. Namun titik menyebar diatas dan dibawah angko 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.



**D. Uji Koefisien Korelasi**

Tabel 6  
Uji Koefisien Korelasi

Correlations				
		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	-.015	.634**
	Sig. (2-tailed)		.883	.000
	N	96	96	96
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	-.015	1	-.005
	Sig. (2-tailed)	.883		.964
	N	96	96	96
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.634**	-.005	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.964	
	N	96	96	96

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Tabel 6 diatas Nilai koefisien Kualitas Produk sebesar 0,634 berada pada rentang 0,60-0,799 yang berarti tingkat hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian termasuk tingkat hubungan yang kuat. Sementara nilai koefisien Kualitas Produk -0,005 yang berada pada rentang 0,00-0,20 yang berarti tingkat hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian termasuk negatif dan tidak ada korelasi.

**E. Uji Koefisien Determinasi**

Tabel 7  
Uji Koefisien Determinasi

Model	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	0,634	0,402	0,389	5,625

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan Tabel 7 diatas nilai koefisien determinasi memperlihatkan besarnya  $R^2$  adalah 0,402 yang menunjukkan bahwa 40,2%. Maka besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 40,2%, sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Harga dan sebagainya.

**4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 8  
Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	13.165	8.187	
	Kualitas Produk	.812	.103	.634
	Kualitas Pelayanan	.005	.080	.005

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.12 tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1.X_1 + B_2.X_2 + e$$

$$Y = 13,165 + 0,812X_1 + 0,005X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Variabel Independen Kualitas Produk ( $X_1$ ) = 0,812 ini menunjukkan bahwa berpengaruh positif atau searah terhadap Keputusan Pembelian, sehingga apabila Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian semakin baik maka keputusan pembelian pada Toko Banda Baru semakin naik. (2) Variabel Independen Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) = 0,005 ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian semakin baik maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Banda Baru.

## 5. Uji Hipotesis

### A. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9  
Uji Parsial

Variabel	T-Hitung	Sig	Keputusan
Kualitas Produk	7,902	0,000	Berpengaruh dan Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,061	0,951	Tidak berpengaruh dan Tidak signifikan

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Hasil analisis uji t diatas adalah diketahui  $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = 0,025; 94 = 1,985$

Berdasarkan Tabel 4.13 analisis uji t adalah besarnya nilai  $t_{hitung}$  pada Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) adalah sebesar 7,902 dengan nilai tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai (7,902) > (1,985) dan tingkat signifikansi < 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 0,061 dengan nilai tingkat signifikansi 0,961. Hal ini menunjukkan bahwa nilai (0,061) < (1,985) dan tingkat signifikansi > 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_2$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

### B. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10  
Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1976.333	2	988.167	31.226	0,000
Residual	2943.000	93	31.645		
Total	4919.333	95			

Sumber. Diolah SPSS versi 26 (2023)

Dari Hasil Tabel 10 diatas dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 31,226 dengan derajat bebas (df) regression sebesar 2 dan nilai residual sebesar 93, maka dapat diketahui besarnya nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu  $a = 0,05$  3,09. Nilai  $F_{hitung} = 31,226$  sedangkan  $F_{tabel} 3,09$ , karena nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $31,226 > 3,09$ ) atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Banda Baru. Hasil ini ditunjukkan dengan hasil uji-t bahwa

$t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $7,902 > (1,985)$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Kesimpulan, Hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Realize (2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Brand Image pada Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa", hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa semua variabel independen (Promosi, Kualitas Produk, Brand Image) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang terbentuk oleh Toko Banda Baru Palembang sudah cukup baik dibandingkan pesaingnya saat ini yang ditandai dengan proses pengambilan keputusan. Hal ini juga didukung dengan banyaknya responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan "Produk Toko Banda Baru Palembang memiliki daya tahan yang kuat".

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Banda Baru. Hasil ini menunjukkan dengan hasil uji-t bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0,061 < (1,985)$ ) dan tingkat signifikansi  $> 0,05$  yaitu 0,951. Kesimpulan, Hipotesis ditolak.

Hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya, et. al (2021) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)", hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari penelitian diatas, bahwasannya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Toko Banda Baru bukan hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian Toko Banda Baru. Sebaik apapun Kualitas Pelayanan yang diberikan, apabila produk Toko Banda Baru tidak mempunyai kualitas yang baik, maka konsumen tidak akan membelinya.

## 3. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang

Hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan adalah sebesar 31,226 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji F tersebut telah membuktikan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini, yaitu "Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Kesimpulan, Hipotesis diterima.

Hal ini didukung dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,402 yang menunjukkan adanya hubungan kuat antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan Pegawai pada Keputusan Pembelian di Pusat Perbelanjaan", Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toko Banda Baru Palembang.
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toko Banda Baru Palembang, dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0,061 < (1,985)$ ) dan tingkat signifikansi  $> 0,05$  yaitu 0,951.
3. Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Toko Banda Baru Palembang, dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau ( $31,226 > 3,09$ ).
4. Berdasarkan uji secara koefisien korelasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh sebesar 0,634 atau 63,4%, artinya mempunyai hubungan kuat.

5. Berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh sebesar 40,2% terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), sedangkan sisanya 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

## B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran berikut:

1. Pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) terdapat beberapa saran atau masukan yang dapat menjadi bahan pertimbangan Toko Banda Baru Palembang yaitu mengenai Produk yang ada di Toko Banda Baru sudah terjamin kualitasnya, perusahaan dapat meningkat kualitas produk yang baik agar dapat mempertahankan kualitas produk. Kemudian saran berikutnya yaitu perusahaan perlu berinovasi mengenai desain-desain terbaru.
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terdapat beberapa saran dan masukan yang dapat menjadi bahan pertimbangan Toko Banda Baru Palembang yaitu mengenai Pegawai selalu memberikan sapaan kepada konsumen, perusahaan dapat meningkatkan pelayanan yang nyaman dan puas terhadap konsumen. Kemudian saran berikutnya yaitu perusahaan Pegawai Toko Banda Baru selalu memperhatikan keinginan konsumen dalam memilih produk.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperbanyak referensi yang digunakan dalam menambah variabel yang digunakan seperti variabel harga dan citra merek, serta diharapkan untuk menambah jumlah sampel agar memperoleh data lebih banyak dan informasi yang lebih akurat.

## REFERENSI

- Abadi, F., & Herwin. 2019. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* 4 (1): 1–8.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lianardi, W., & Chandra, S. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru." *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis* 4 (1): 45–58.
- Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Napitupulu, F. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa." *Kinerja* 16 (1): 1–9.
- Prasetyo, R., & Arista, A. 2018. "Penerapan Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Oleh Konsumen Pada PT. Putera Karyasindo Prakarsa Batam." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 6 (2): 70–76.
- Setianto, R., & Fuady. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Yamaha Indonesia Motor Cabang Semarang." *Jurnal Ekonomi Akuntansi* 25 (45).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yeni, Hildayanti, S. K., & Ulum, M., K. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina." *Jurnal Manajemen* 11 (2).