

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker

Ely Rahmwati¹, Imam Badlowi², Toto Heru Dwihandako³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Korespondensi Penulis : elyrahma002@gmail.com

Abstrac This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and price on purchasing decisions at the Pillow Moker store through distributing online questionnaires to customers. The population in this study are customers who buy at the Moker Pillow shop with a sample of 98 respondents. The results of the respondent's questionnaire were analyzed by multiple linear regression through the SPSS 24 application. The results showed that the variable product quality, service quality, and price partially had a positive and significant effect on the purchase decision variable. While the variables of product quality, service quality, and price have a simultaneous effect on purchasing decisions. The results of the study show that product quality (X₁) partially influences the decision to purchase pillow products at the Moker Pillow Shop with a t count of 6.953 > t table 1.660 with a significance level of 000. Service quality (X₂) partially influences product purchase decisions Pillows at the Moker Pillow Shop with a t-count value of 7,993 > t-table 1,660 with a significance level of 000. Price (X₃) partially influences the decision to buy Pillow products at the Moker Pillow Shop with a t-count value of 6,984 > t-table 1,660 with a significance level 000.

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

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Bantal Moker melalui penyebaran kuesioner online kepada pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang membeli di toko Bantal Moker dengan jumlah sampel 98 responden. Hasil kuesioner responden dianalisis regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Bantal di Toko Bantal Moker dengan nilai t hitung sebesar 6.953 > t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 000. kualitas layanan (X₂) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Bantal di Toko Bantal Moker dengan nilai t hitung sebesar 7.993 > t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 000. harga (X₃) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Bantal di Toko Bantal Moker dengan nilai t hitung sebesar 6.984 > t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 000.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan pada zaman kini, teknologi dan mesin yang canggih sangat diperlukan dalam perkembangan dan pembuatan produk agar cepat dalam mengerjakan pemesanan konsumen. Banyak toko ingin berjualan berbagai macam – macam produknya sendiri. Pemilik toko harus memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam penjualan yang semakin ketat . Untuk bisa unggul di dalam dunia penjualan maka harus meningkatkan pelayanan yang ramah dan sopan jika ada membeli produk. Toko Bantal Moker yaitu sebuah toko berada di Canggu, Mojokerto Jawa Timur. Toko Bantal Moker memproduksi bantal leher, apron menyusui, bantal menyusui, selimut baby dan lain-lain. Dengan harga relatif murah

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 30, 2023; Accepted Agustus 11, 2023

* Ely Rahmwati, elyrahma002@gmail.com

pelanggan bisa dijangka oleh warga sekitar dan membeli produk tersebut. Toko Bantal moker menciptakan bantal printing dengan menggunakan gambar mixue dan kepala kucing. Pemilik toko menciptakan bantal printing dengan gambar tersebut agar menarik konsumen untuk membeli produknya. Untuk memasarkan produknya dilakukan oleh admin toko dengan menggunakan media sosial seperti aplikasi tik – tok dan whaatshap. Kualitas produk adalah suatu ciri khas tertentu dari produk bahwasanya mampu memenuhi harapan konsumen. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Harga adalah sejumlah uang bahwasanya ditukarkan untuk sebuah produk ataupun jasa. Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk bahwasanya diusulkan penjual.

Beberapa faktor yang menjadi penentu suatu bisnis adalah pengaruh kualitas produk , kualitas layanan, dan harga. Kualitas produk ialah suatu benda yang dibeli oleh pelanggan. Kualitas produk pada UMKM Bantal Moker pembuatan produknya ini masih mengandalkan mesin bordir dan mesin jahit. Dengan adanya bantuan mesin bordir dan mesin jahit bisa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Bantal Moker ini agar cepat selesai tepat waktu. Kualitas produk yang bagus dan mutu akan menjamin pengaruh yang bagus kepada konsumen karena sesuai diinginkan dan harapan pelanggan, serta juga membawa pendapatan yang baik bagi UMKM Bantal Moker. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Bantal akan disenangi oleh masyarakat bila produk sesuai dengan keinginan pelanggan. Maka UMKM Bantal Moker lebih mengutamakan produk yang diinginkan pelanggan. Akibat jika pembuatan produk berhenti dikarenakan mesin bordir rusak maka harus di servis terlebih dahulu, serta pembuatan produk pun menjadi terhambat. Karena dalam proses mesin bordir ini akan menghasilkan produk dan kualitas yang bagus dan mutu yang terjamin. Dalam kualitas produk UMKM Bantal sangat mengandalkan mesin bordir. Bordir ialah metode membordir pada bahan dengan memakai alat. Sistem penerjakan sulam saat ini terdiri dari membuat dua ialah, cara jahit manual (mesin jahit) dan cara jahit otomatis (mesin komputer). Kegunaan mesin jahit bisa mebuat pola, motif boneka atau tulisan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan menggunakan kain dan benang jahit untuk menghasilkan suatu produk yang bagus dan mutu terjamin. Pasalnya, produksi bantal sangat membutuhkan mesin bordir. Jika menggunakan mesin bordir sangat berpengaruh pada kualitas bantal tersebut

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2017: 121) kualitas produk ialah keunggulan suatu produk akan memakai manfaat, melingkupi ketahanan, ketrampilan, kemampuan, keluasan proses dan pembaruan serta simbol bernilai lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2017: 368), terdapat beberapa lima indikator kualitas produk yang terdiri dari :

1. Bentuk (*form*).
2. Fitur (*feature*).
3. Penyesuaian (*Customization*).
4. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)
5. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Kualitas Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mengartikan kualitas layanan ataupun kualitas jasa menjadi arti seberapa memikat tingkatan layanan bahwa dipersembahkan dan berusaha sebanding melalui pengharapan dan memberikan respon yang baik kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016 : 284), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas layanan antara lain:

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Ketanggapan (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Berwujud (*Tangibles*)

Harga

Harga ialah sebanyak alat pindah bahwa membawa bagi semacam barang ataupun layanan, ataupun sebanyak nilai yang membawa oleh pelanggan akan mendapat faedah ataupun kepunyaan atau memakai arah sebuah barang atau layanan. Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 324). Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesamaan mutu dan keunggulan barang
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan ataupun daya saing harga.

Keputusan Pembelian

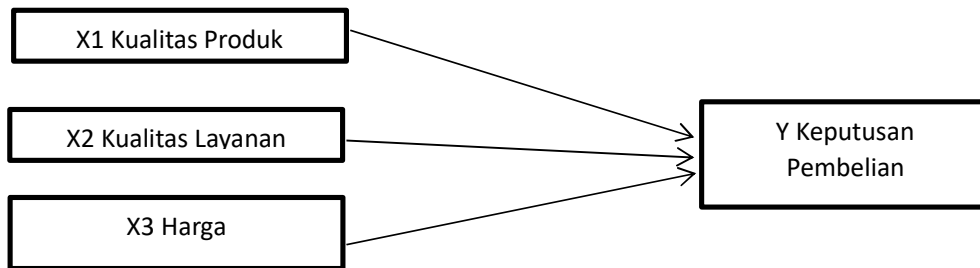
Menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) memprestasikan sesungguhnya keputusan pembelian ialah bagian dari perilaku konsumen, bahwa mana perilaku konsumen ialah

pembahasan menempuh misalnya apa seseorang ataupun kumpulan ketika menetapkan, menawar, memakai, melalui misalnya apa barang, usul ataupun pengetahuan akan membahagiakan keinginan pelanggan. Terdiri dari empat indikator keputusan yang dilakukan oleh pembeli yaitu menurut Kotler dan Keller (2016: 199):

1. *Product choice* (Pilihan produk)
2. *Brandchoice* (Pilihanmerek)
3. *Dealerchoice* (Pilihan tempat penyaluran)
4. *Purchaseamount* (Jumlah pembelian atau kuantitas)

Kerangka Pemikiran

Penelitian ditunjuk untuk menganalisis variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Toko Bantal Moker, dan untuk memperjelas penelitian ini dapat dilihat dari kerangka pikiran yang di susun dibawah ini



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Hipotesis 1 : Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Hipotesis 2 : Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Hipotesis 3 : Kualitas harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Metode Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Bantal Moker. Penelitian ini menggunakan variabel, kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan, dan keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data m memakai simple random sampling, acak sederhana berjenis probabilitas. yaitu teknik penentuan sampel menggunakan kriteria tertentu, dimana kriteria dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelanggan minimal berumur 17 tahun
2. Responden bahwa pernah datang ataupun mengunjungi Toko Bantal Moker minimal satu kali.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden

1). Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Laki – laki	36	36
Perempuan	64	64
Total	100	100

2.) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia

Usia	Jumlah Orang	Persentase (%)
Usia 17 – 23	80	80%
Usia 24 – 30	20	20%
Total	100	100%

(Sumber : Data Olahan Penulis, 2023)

Responden yang berumur 17 – 23 tahun sebanyak 80 orang usia 24 – 30 sebanyak 20 orang .Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki umur di antara (17 -23) tahun paling banyak mengunjungi Antarksa Coffeeshop Semarang yaitu sebanyak 80 orang dengan persentase sebesar 80 %. Ini menunjukkan bahwa rata-rata yang mengunjungi Toko Bantal Moker adalah anak-anak usia remaja. Jumlah responden dengan jenis kelamin Perempuan sedikit lebih banyak dibandingkan dengan responden dengan jenis kelamin Laki-laki. Responden jenis kelamin Laki-Laki sebanyak 20 % dan responden jenis kelamin Perempuan sebanyak 80 %. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku responden yang banyak mengunjungi Toko Bantal Moker adalah responden perempuan.

Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,228	0,1966	Valid
	X1.2	0,310	0,1966	Valid
	X1.3	0,462	0,1966	Valid
	X1.4	0,268	0,1966	Valid

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker

	X1.5	0,384	0,1966	Valid
	X1.6	0,491	0,1966	Valid
Kualitas layanan (X2)	X2.1	0,261	0,1966	Valid
	X2.2	0,235	0,1966	Valid
	X2.3	0,379	0,1966	Valid
	X2.4	0,281	0,1966	Valid
	X2.5	0,405	0,1966	Valid
	X2.6	0,245	0,1966	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,451	0,1966	Valid
	X3.2	0,296	0,1966	Valid
	X3.3	0,411	0,1966	Valid
	X3.4	0,523	0,1966	Valid
	X3.5	0,525	0,1966	Valid
	X3.6	0,216	0,1966	Valid
	X3.7	0,395	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,388	0,1966	Valid
	Y.2	0,468	0,1966	Valid
	Y.3	0,418	0,1966	Valid
	Y.4	0,321	0,1966	Valid
	Y.5	0,281	0,1966	Valid
	Y.6	0,224	0,1966	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hubungan antara masing – masing variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan r hitung > r tabel artinya dalam kuesioner yang telah disebarkan menyatakan bahwa semua item pertanyaan substansial dan dapat digunakan untuk pengujian tambahan.

Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standart Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,721	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,824	0,6	Reliabel
Harga (X3)	0,736	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,704	0,6	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada masing – masing variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar (>) 0,6 maka dari itu hasil tersebut diharapkan dapat dipercaya dan digunakan sebagai informasi penelitian

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.374	4.106		2.527	.013
	Kualitas produk	.175	.116	.153	1.508	.135
	Kualitas layanan	.208	.105	.195	1.979	.051
	Harga	.147	.098	.151	1.497	.138

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di peroleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 10.374 + 0,175 + 0,208 + 0,147 + e$$

Keterangan :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

b₀ : Konstanta Regresi

b₁, b₂, b₃ : Koefisien regresi

X₁ : Kualitas produk

X₂ : Kualitas layanan

X_3 : Harga

e : Error

Koefisien regresi kualitas produk (X_1) bernilai positif sebesar 0,175, artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Koefisien regresi persepsi kualitas layanan (X_2) bernilai positif sebesar 0,208, artinya semakin baik kualitas layanan terhadap produk yang diberikan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Koefisien regresi harga (X_3) bernilai positif sebesar 0,146, artinya semakin baik harga produk yang diberikan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Hasil Uji T

Hipotesis 1 menjelaskan bahwasanya pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi 0,090 yang berarti nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung yang diperoleh sebesar 1.712 sehingga nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel ($1.712 > 1,660$). Dari hasil tersebut disimpulkan bahwasanya kualitas produk ini secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Bantal Moker. Hipotesis 2 menjelaskan bahwasanya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,075 yang berarti nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung adalah 1.797, maka dari itu nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel ($1.797 > 1,660$). Sehingga dalam uji ini sangat berpengaruh. Hipotesis 3 menjelaskan bahwa pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,072 yang berarti lebih besar dari 0,05. Selain itu mendapatkan nilai t hitung 1.820, sehingga nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel ($1.820 > 1,660$). Maka dari itu dalam uji ini sangat berpengaruh.

Hasil Uji F

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0.032 yang berarti > 0.05 . Artinya bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan dan harga mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai T hitung kualitas produk (X_1) sebesar $1.712 > 1.660$ didukung dengan nilai sig. sebesar 0,090 yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dari itu bisa dikatakan variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Produk yang diproduksi di Toko Bantal Moker antara lain produk set baby, bantal leher, bantal printing, bantal love dan lain-lain. Produk akan ditawarkan oleh Toko Bantal Moker memiliki kualitas bahwa bagus dan sangat dijaga. Serta hal ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika kualitas produk di Toko Bantal Moker mutunya terjamin maka konsumen akan membeli produk tersebut. Kualitas bantal yang baik sangat berpengaruh dengan kenyamanan saat digunakan . Konsumen sangat memperhatikan kualitas produk bantal. Sehingga kualitas produk sangat berpengaruh pada keputusan pembelian .

Kualitas produk merupakan segala sesuatu akan mampu digunakan dan memenuhi keinginan keperluan konsumen, serta produk tersebut bisa diinginkan perusahaan untuk diperhatikan , diharapkan oleh pelanggan. Kualitas produk bisa harus sesuai dengan keinginan pelanggan. Kepuasan tergantung oleh produk yang diinginkan oleh konsumen dengan kualitas, kinerja, dan mempunyai model terbaru untuk produk (Lupiyoadi dan Hamdani 2019:131). Pelanggan menginginkan produk yang diterimanya memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas dapat bersaing dengan toko lainnya adapun memiliki kualitas yang bagus. Serta kualitas produk sangat mempengaruhi keinginan konsumen yang ditawarkan , serta dapat digunakan untuk kebutuhan sehari hari (Menurut Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Priyo Utomo dan Ali Maskur (2022) yang menyatakan Kualitas produk, Kualitas layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

b.. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bantal Moker

Hasil pengujian menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh secara positif kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai T hitung kualitas produk (X2) sebesar $1.797 > 1.660$ didukung dengan nilai sig. sebesar 0,075 yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga bisa dikatakan variabel kualitas layanan (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mendapatkan hasil signifikan.

Kualitas Layanan yang berada di Toko Bantal Moker mempunyai pelayanan bahwa baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelayanan harus memperhatikan dan menjelaskan macam – macam produk yang konsumen tidak mengetahuinya. Jika layanan di Toko Bantal Moker memiliki respon bagus maka pelanggan akan membeli produk , Sedangkan bila respon tidak bagus maka pelanggan tidak akan membeli produk tersebut . Kualitas Layanan sangat memperhatikan konsumen dalam membeli suatu produk dan jasa . Jika layanan tidak bagus maka akan berpengaruh pada keputusan pembelian akan menurun.

Kualitas Layanan dan keputusan pembelian merupakan salah satu kepercayaan oleh pelanggan. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan dalam sikap yang mempertimbangkan dalam membeli suatu produk atau tidak pada suatu barang dan jasa Menurut (Aditya&Krisna,2021). Kualitas layanan ialah suatu gambaran penilaian pelanggan terhadap pelayanan akan diterima dan sesuai dengan keinginan. Apabila pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. maka pembeli akan memesan lagi di perusahaan dan menjadi pelanggan setia jika dalam membeli produk Menurut Kotler (2019).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Ajisakti Ramdhan dan Ida Bagus Nyoman Udayana (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh secara positif harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai T hitung harga (X3) sebesar $1.820 > 1.660$ didukung dengan nilai sig. sebesar 0,072 bahwa lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dari itu bisa dikatakan variabel harga (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). harga terhadap keputusan pembelian mendapatkan hasil signifikan.

Harga suatu produk ditentukan oleh produktivitas. Serta harga sudah ditetapkan oleh pemilik toko . Tetapi harga produk ada yang harga murah dan mahal dengan kualitas yang bagus. Produk yang dihasilkan harus sesuai yang diinginkan masyarakat. Serta harga produk yang dibeli oleh pelanggan akan merasa puas dan senang Untuk harga produk di Toko Bantal Moker bisa dijangkau oleh semua kalangan dari atas maupun bawah. Harga produk di Toko Bantal Moker bisa dibandingkan dari toko 1 ke toko lainnya Harga dalam penjualan produk bantal sangat dilihat dari isi dan bahan pembuatan produk tersebut. Jika kualitas produk bantal tidak dijaga maka akan mempengaruhi penjualan. Produk bantal sangat berpengaruh pada kenyamanan pelanggan

Harga ialah sejumlah uang akan digunakan untuk membeli suatu produk. Serta perusahaan sudah menentukan harga dengan berbagai macam-macam model produk . Harga produk juga ada yang murah dan mahal tergantung kualitas bagus Menurut Kotler (2019: 131). Harga adalah suatu jumlah nilai termasuk untuk produk dan layanan akan ditawarkan untuk pengganti benda Menurut Habibah & Sumiati (dalam Melati dan Dwijayanti, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laili Nur Indahsari dan May Roni (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker” maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Kualitas Produk (X1) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung kualitas produk (X1) sebesar 1.712 didukung dengan nilai sig. sebesar 0,090 yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai – sampai bisa dikatakan variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang berada di Toko Bantal Moker antara lain produk set baby, bantal leher, bantal printing, bantal love dan lain-lain. Produk akan ditawarkan oleh Toko Bantal Moker memiliki kualitas bagus dan mutu yang terjamin, serta kinerja karyawan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen mempengaruhi kualitas produk . Jika kualitas produk di Toko Bantal Moker mutunya terjamin maka akan membeli produk tersebut.
- b. Kualitas Layanan (X2) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung kualitas produk (X2) sebesar 1.797 didukung dengan nilai sig. sebesar 0,075 yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai – sampai bisa dikatakan variabel kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan yang berada di Toko Bantal Moker memiliki pelayanan akan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelayanan harus memperhatikan dan menjelaskan macam – macam produk yang konsumen tidak mengetahuinya. Jika layanan di Toko Bantal Moker memiliki respon bagus maka pelanggan akan membeli produk sedangkan respon tidak bagus maka pelanggan tidak akan membeli produk tersebut.
- c. Harga (X3) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung harga (X3) sebesar 1.820 didukung dengan nilai sig. sebesar 0,072 yang lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai – sampai bisa dikatakan variabel harga (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga suatu alat jual beli untuk membeli suatu produk. Serta harga sudah di tetapkan oleh pemilik toko. Tetapi harga produk ada yang harga murah dan mahal dengan kualitas yang bagus. Produk yang dihasilkan berpengaruh pada pelanggan. Serta harga produk yang dibeli oleh pelanggan akan merasa puas dan senang .Untuk harga produk di Toko Bantal Moker bisa dijangkau oleh semua kalangan dari atas maupun bawah. Harga produk di Toko Bantal Moker bisa dibandingkan dari toko 1 ke toko lainnya
- d. Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan , dan Harga memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. hitung 3.069 dan nilai signifikansi sebesar 0,032. Nilai F

hitung ($3.069 > 0,05$) dan makna $0,032 > 0,05$, berarti hipotesis di terima. Maka kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pelanggan sangat memperhatikan harga dalam keputusan pembelian. Variabel akan paling berpengaruh ialah variabel harga dan besarnya sebesar 183.

Saran

Dilihat dari hasil penelitian yang telah selesai, ada beberapa saran yang penulisan berikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi yaitu perusahaan, hasil – hasil penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, sehingga perusahaan (Toko Bantal Moker) perlu menetapkan atau tetap menjaga harga disamping kualitas produk dan layanan agar konsumen merasa puas dengan produknya.
2. Memberikan respon baik yang cepat, tepat, dan tanggap kepada konsumen bila membeli produk di Toko Batal Moker.

Daftar Pustaka

- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i1.671>
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17164>
- Armistead dan Clark. (1999). *Ii, B A B Pelayanan, A Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas*. 56–57.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full_Text.pdf
- D.T pramudita, N.F.Gunawan, M.C.Ningsih, and R. A. (n.d.). *Determinasi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan harga dan kualitas produk*.
- Fairus. F. (2020). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa*. 15(2), 1–23.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Margin : Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, 1, 52–60.
- KE, M. (2016). Definisi Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas*, 147(March), 11–40.
- Mathematics, A. (2016a). *BAB II Tinjauan Pustaka*. 1–23.

- Mathematics, A. (2016b). *Identifikasi Variabel Penelitian*. 1–23.
- Mathematics, A. (2016c). *Pengertian pemasaran adalah mengidentifikasikan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen*. 1–23.
- NS Ramadhini. (2022). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce*. 10–23. <http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB2%29.pdf>
- Pelayanan, P. K., Cahyono, D., Qomariah, N., & Perusahaan, C. (2020). *5. Penelitian dilakukan oleh Mexano Hans Gery. Dengan judul. XX(Xx)*, 1–5.
- Penelitian, A. K. (2006). *BAB I PENDAHULUAN : Latar belakang*. 1–18.
- Prihatin, M., Zaili Rusli, & Hasim As'ari. (2021). Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Camat Dumai Kota. *Jurnal Niara*, *14*(3), 266–274. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.7378>
- Purwanto, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta*. 1–33.
- Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online GrabBike di Ponorogo. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, *1*(1), 1–171. <http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea>
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmpsphere terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *17*(1), 40–60.