

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow pada PT Timur Mas Abadi

Selvi Satrio¹⁾, Yanti Puspa Rini²⁾

¹²Universitas Buddhi Dharma

Email : sselvisatrio@gmail.com, yanti.pusparini@ubd.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Timur Mas Abadi. Pada sampel penelitian yang diberikan berjumlah 150 responden. Data yang dikumpulkan dengan memakai angket yang disebar, dan dilakukan pengelolaan data dengan memakai SPSS versi 25. Dalam penelitian ini memakai metode deskriptif, yaitu metode ini mengilustrasikan secara sistematis, factor yang akan diteliti. Cara pengujian data yang dilakukan melalui ,uji reliabilitas, uji validitas dengan *alpha cronbach* dan untuk mengambil sampe memakai probability sampling. Uji analisis regresi linier berganda, uji r, uji t dan uji f. Hasil perolehan data akan digunakan sebagai persamaan linier berganda $Y = 3,994 + 0.383 X_1 + 0.367 X_2 + 0.154 X_3 + e$, diartikan bentuk kenaikan dan penurunan variabel X_1 , X_2 dan X_3 senilai 1 poin, maka variabel Y apabila terjadi kenaikan dan penurunan senilai 0.383, 0.367 dan 0.154 maka yang akan terjadi ada hubungan yang dengan variabel bebas dengan variabel terikat, adanya hubungan yang dinilai dengan variabel kualitas pelyanan dengan keputusan pembelian senilai 64,2 % dan sisanya senilai 35,8 % adanya pengaruh pada varibel yang kualitas dengan pada pelyanan dengan nilai 73,9 % dan sisanya senilai 26,1 % dipengaruhi faktor-faktor lain. Hubungan yang berkaitan dengan kualias pembelian senilai 74,6 % dan besarnya nilai 25,4 % faktor yang lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kulitias Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perubahan dunia bisnis modern semakin bentuk macam daya persaingan, terutama dalam penjualan produk barang atau jasa. Teknik yang dilakukan untuk memasarkan produk sangat penting dalam dunia bisnis karena pentingnya orientasinya terhadap konsumen. Akibatnya, lingkungan bisnis selalu berubah sesuai dengan preferensi konsumen dan perubahan keadaan saat ini. Dalam dunia industri akan mengatur strategi untuk menaikkan pemasaran di dunia bisnis. Pada dasarnya, strategi pemasaran merupakan sebuah rencana yang dilakukan untuk menyeluruh, sistematis, dan terintegrasi yang bertujuan untuk kegiatan sesuai dengan tujuan pemasaran sebelumnya.

Dalam hal ini konsep pemasaran, sebuah cara untuk mencapai tujuan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan yang dicapai untuk mengetahui keinginan konsumen dengan perolehan pelayanan kepuasan yang diharapkan agar lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang lain. [A.Kusnwan & Andy,2020].

Rumus Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow di PT. Timur Mas Abadi?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow di PT. Timur Mas Abadi?
3. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow di PT. Timur Mas Abadi?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow PT. Timur Mas Abadi ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui nilai Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow pada PT. Timur Mas Abadi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow pada PT. Timur Mas Abadi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga genteng metal rainbow terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow pada PT Timur Mas Abadi.
4. Untuk mengetahui nilai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow pada PT Timur Mas Abad.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut (Harum & Sutrisna 2023) kualitas produk merupakan pokok penting dalam barang kepada calon konsumen. Pihak perusahaan akan merasa bangga dengan mempunyai keunggulan produk yang berkuliatas. Setiap perusahaan harus memberikan nilai terbaiknya setelah mempertimbangkan masalah dan kesulitan yang disebutkan di atas. Perusahaan melakukan ini untuk mempertahankan persaingan.

Menurut Produk [G.Widiyanto & F.P.Wibowo,2021] merupakan sesuatu yang dibuat oleh perusahaan dalam bentuk barang atau layanan yang dapat dijual atau dibeli untuk memenuhi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas terhadap barang yang berkuliatas yang sesuai dengan keinginan baik di segi harga yang mereka bayar, walaupun ada beberapa orang yang percaya bahwa ada kualitas ada harga.

Kualitas Pelayanan

Menurut [Mulyani & Andy] : Kualitas Pelayanan membantu suatu organisasi sesuai dengan tujuan dicapainya. Bisnis yang mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, bukan hanya kualitas produk dan harga yang bersaing, melainkan varian produk, serta keinginan kosumen selalu terpenuhi, mampu mengatasi keluhan konsumen, jika ada menghadapi permasalahan penanganan secara cepat. Pelanggan setia akan merasa puas kepada pelayanan yang memberikan pelanggan tetap memilih produk tersebut. [E.Hernawan & Andy,2018]. Hal ini pelanggan membanding dengan pelayanan yang lain untuk yang sejenis produknya, maka konsumen membanding kualitas yang dieberikan oleh perusahaan 1 dengan perusahaan yang lainnya.

Harga

Menurut [E.Hernawan & Andy,2018] harga produk yang berkualitas akan mempunyai perbandingan dengan produk yang lain dengan kualitas produk premium, sedangkan harga yang relative murah akan memberikan kepada pelanggan dengan berkualitas yang rendah atau biasa.. Karena itu, menentukan harga adalah tugas yang sulit bagi perusahaan; perusahaan harus mempertimbangkan banyak hal saat membuat kebijakan harga mereka.

Menurut (Kusnawan Agus, 2022)

harga dapat berupa nilai uang yang digunakan dalam penjualan produk jumlah uang yang sesuai dengan uang konsem untuk memperoleh barang atau jasa tersebut.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian untuk membeli produk, akan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen untuk melakukan pembelian.. Keputusan yang diambil pelanggan sebelum membeli suatu produk dapat dianggap sebagai keputusan yang mempengaruhi mereka. [R.Prathama & Sutrisna,2023]

Menurut Suryani yang di kutip oleh [S.Novianty & A.Kusnawan,2022]: "Keputusan pembelian diartikan sebagai bentuk rasangan kepada pembeli dengan faktor internal maupun eksternal."

Menurut James & Foster (2016) yang dikutip oleh [A.Kusnawan,2022] : "Keputusan pembelian mewakili dengan cara pembeli produk barang atau saja dengan melalui proses keputusan pembelian, seperti: B. Pengenalan barang, yang dibeli evaluasi barang yang dijual."

Menurut (Lubis, 2018) dalam [H.M Naibaho & Andy,2022] mengatakan bahwa: "Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu cara kosumen yang ingin membeli produk sebenarnya." "Pengambilan keputusan adalah kegiatan yang dilakukan secara individu yang berhubungan dengan penggunaan barang yang ditawarkan oleh penjual."

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif menggunakan SPSS untuk menganalisis data secara kuantitatif atau statistik.

Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Genteng Metal Rainbow yang dihasilkan oleh PT. Timur Mas Abadi.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan menggunakan peneliti dengan data kualitatif dan kuantitatif

Data Kualitatif:

[J.effendi & A.kusnawan,2022] mengatakan bahwa data kualitatif merupakan dengan peroleh data merangkai kalimat, bukan bentuk data angka.

Data Kuantitatif:

Menurut [R.J,Jasumin &andy 2022] data kuantitatif merupakan data berupa angkatt. Dalam hal ini data kuantitatif dengan memakai rumus matematika untuk cara menganalisis hasil data yang diperoleh secara statistik.

Sumber Data

Data yang digunakan memakai data primer. Data primer terkumpul peneliti melalui penyebaran kuesioner dan kemudian diisi oleh responden.

Populasi

Menurut (Arikunto, 2016, p. 173) dalam jurnal [Selly & Sutrisna,2022] menjelaskan bahwa “Populasi merupakan semua subjek penelitian yang dalam penelitian.. Apabila seorang individu tidak mau mengamati seluruh unsur yang termasuk dalam daerah penelitian, maka penelitian tersebut termasuk pada populasi, penelitian juga penelitian sesuai dengan sensus Jumlah populasi ahli fisioterapi. Timur Mas Abadi memiliki 238 pelanggan.

Mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan metode non-probability sampling. Menurut Supranto dalam [Ardhana & Sutrisna,2022], Pentingnya pengambilan sampel non-probabilitas adalah bahwa tidak semua item memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih. Total sampe yang sebesar 150 responden, ditentukan dengan perhitungan memakai rumus Slovin.

HASIL
Model Summary^d

Model	R	R Square
1	,801 ^a	,642

Uji Statistik t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,786	2,088		4,209	,000					
	X1 Kualitas Produk	,786	,048	,801	16,305	,000	,801	,801	,801	1,000	1,000
2	(Constant)	4,769	1,872		2,547	,012					
	X1 Kualitas Produk	,455	,061	,464	7,440	,000	,801	,523	,314	,458	2,185
	X2 Kualitas Pelayanan	,433	,059	,459	7,357	,000	,800	,519	,310	,458	2,185
3	(Constant)	3,994	1,891		2,112	,036					
	X1 Kualitas Produk	,383	,070	,390	5,468	,000	,801	,412	,228	,341	2,929
	X2 Kualitas Pelayanan	,367	,067	,389	5,509	,000	,800	,415	,230	,350	2,861
	X3 Harga	,154	,076	,158	2,035	,044	,770	,166	,085	,289	3,465

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Pembelian

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3148,614	1	3148,614	265,849	,000 ^b
	Residual	1752,859	148	11,844		
	Total	4901,473	149			
2	Regression	3620,342	2	1810,171	207,703	,000 ^c
	Residual	1281,131	147	8,715		
	Total	4901,473	149			
3	Regression	3655,693	3	1218,564	142,810	,000 ^d
	Residual	1245,781	146	8,533		
	Total	4901,473	149			

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Pembelian
b. Predictorss: (Constantt), X1_Kualitas_Produk
c. Predictorss: (Constantt), X1_Kualitas_Produk, X2_Kualitas_Pelayanan
d. Predictorss: (Constantt), X1_Kualitas_Produk, X2_Kualitas_Pelayanan, X3_Harga

KESIMPULAN

1. Hasil Uji F yang menunjukkan bahwa F_{hitung} (142.810) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2.67) nilai sig α (0,000) lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ (0,05). Hasil yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga yang berpengaruh pada pembelian secara signifikan.
2. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan terhitung sebesar T_{hitung} terdapat sebesar dari nilai dari T_{tabel} dengan sig α lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ (0,05). Hasil yang diperoleh dengan masing variable dengan memiliki adanya signifikan keputusan pembelian. Dengan hasil analisis 2 determinasi yang berupa variabel independen (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga) yang menunjukkan adanya nilai 95% terhadap varian variable independent (Keputusan Pembelian).

REFERENSI

- A. Kusnawan and Andy, "The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decisions," no. 5116, pp. 5116–5129, 2020.
- S. Harum and Sutrisna, "Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kunci Bellucci Group," vol. 1, pp. 1–6, 2023.
- G. Widiyanto and F. P. Wibowo, "Analysis of the Effect Product Quality, Trustworthiness, Convenience, Perceptions of Usefulness and Price on Purchase Intention During the Covid Pandemic 19," *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 19, no. 1, pp. 181–190, 2021, doi: 10.31253/pe.v19i1.516.
- Mulyani and Andy, "Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT . Surya Indojaya Pratama," vol. 3, no. 1, 2023.
- E. Hernawan and Andy, "Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai alfamidi taman royal tangerang," vol. 3, pp. 1–8, 2018.
- A. Kusnawan, "Pengaruh Pemasaran Secara Digital , Harga , dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet," vol. 2, no. 2, 2022.
- R. Prathama and Sutrisna, "No Title," 2023.
- S. Novianty and A. Kusnawan, "Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia," vol. 2, no. 2, 2022.
- H. M. Naibaho and Andy, "Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2023," 2023.
- J. Effendi and A. Kusnawan, "Prosiding : Ekonomi dan Bisnis," vol. 1, no. 2, 2022.
- R. J. Jasumin and Andy, "Pengaruh Digital Marketing , Promosi , dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi," vol. 2, no. 2, 2022.
- Selly and Sutrisna, "Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Suasana Toko , Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT . Cara Loe Buat Kopi ‘ Kopi Clbk ’)," vol. 1, no. 2, 2022.
- Ardhana and Sutrisna, "Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kompensasi , Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Produktivitas," vol. 2, no. 2, 2022.