

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Supermarket Tiptop Cimone, Tangerang

Natasya Feny¹⁾, Yanti Puspa Rini²⁾

Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾natasya.feny02@gmail.com

²⁾yanti.pusparini@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima Maret 2024;
Perbaikan Maret 2024;
Diterima April 2024;
Tersedia online April 2024;

Kata kunci:

Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Varian Produk
Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Supermarket Tip Top Cimone, Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang konsumen Supermarket Tip Top Cimone, Tangerang. Hipotesa sementara yang telah ditetapkan kemudian diuji dengan menggunakan analisis model statistik yang terdiri atas uji validitas, uji realibilitas, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji T, dan uji F. Melalui pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 25 diperoleh persamaan $Y = 5.597 + 0.125X_1 + 0.283X_2 + 0.429X_3$ yang artinya pada saat variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Varian Produk mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 1 satuan, maka variabel Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan atau penurunan sesuai dengan nilai koefisien variabel. Melalui hasil uji hipotesis diperoleh nilai Signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Varian Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Supermarket Tip Top Cimone, Tangerang.

I. PENDAHULUAN

Perekonomian suatu negara merupakan salah satu aspek penting yang dapat mendorong berjalannya aktivitas didalam suatu bisnis yang berdirikan di dalam suatu negara tertentu baik dalam bidang industri, manufaktur, jasa maupun perdagangan. Berkembangnya usaha ini baik dari aspek produksi, pemasaran, pendistribusian, dan lain-lain dapat membantu meningkatkan perekonomian negara yang secara tidak langsung juga akan dapat lebih mengembangkan kesentosaan masyarakat setempat sehubungan dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dengan pesatnya perkembangan usaha yang dipengaruhi oleh perekonomian di Indonesia, contoh usaha yang meningkat dengan kecepatan yang lumayan pesat dan melakukan penyebaran di seluruh Indonesia secara rata salah satunya adalah perusahaan ritel yang merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang perdagangan yang melakukan kegiatan jual beli barang yang dilakukan secara langsung (*face to face*) dimana konsumen bertemu dan bertransaksi langsung dengan penjual dan merupakan jenis sektor usaha yang banyak diminati baik oleh pelaku usaha dan oleh konsumen.

Salah satu jenis usaha ritel modern yang cukup dikenal dikota Tangerang salah satunya adalah supermarket TipTop yang berlokasi di daerah Cimone, Tangerang. Usaha yang bergerak di bidang ritel dan penjualan ini merupakan suatu usaha yang cukup disenangi dan diandalkan oleh warga Tangerang dan juga diluar Tangerang sebagai salah satu tempat pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat dengan menyediakan berbagai jenis produk pangan, alat – alat kebersihan, kecantikan, produk bayi dan anak – anak, hingga otomotif. TipTop sendiri memiliki beberapa pesaing berupa usaha ritel lainnya seperti supermarket dan minimarket lain yang menjalankan bisnis yang sama dan menawarkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan varian produk yang hampir sama. Hal ini akan cukup mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan ketatnya persaingan antar usaha ritel saat ini serta konsumen yang semakin selektif terkait dengan minat berbelanja mereka. Berdasarkan penjelasan yang telah dibahas sebelumnya, penulis merasa tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian terkait seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan serta varian produk terhadap keputusan pembelian di supermarket TipTop Cimone, Tangerang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut (Hernawan & Andy, 2018), memaparkan:

kualitas produk ialah suatu keahlian dari suatu Perusahaan yang diberikan kepada suatu produk tertentu supaya produk tersebut memiliki suatu ciri khas tertentu sehingga tujuan dari produk tersebut dapat dikenali oleh konsumen.

Menurut (Tholok et al., 2021), memaparkan:

kualitas Produk ialah kualitas dari suatu barang atau servis yang dapat mencukupi keinginan kepentingan serta keperluan dari seorang konsumen yang meliputi kemudahan penggunaan dan perawatan yang disediakan oleh produsen.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Diana, 2020), mengatakan:

kualitas pelayanan ialah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau institusi yang memiliki tujuan untuk mempersembahkan suatu kepuasan pada konsumen, sesama karyawan dalam perusahaan maupun pimpinan perusahaan”.

Menurut (Hirim & Andy, 2022), mengatakan:

kualitas pelayanan ialah suatu tindakan atau nilai yang dilihat secara keseluruhan terhadap keunggulan yang diberikan kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta untuk mengimbangi ataupun melampaui ekspektasi pelanggan terkait suatu pelayanan tertentu”.

Varian Produk

Menurut (Novianty & Kusnawan, 2022), mengatakan:

“Varian Produk adalah suatu kemampuan dari suatu tempat usaha untuk menyediakan berbagai jenis ataupun varian dari berbagai produk untuk memenuhi setiap permintaan konsumen yang diinginkan secara cepat dan efisien”.

Menurut (Kusnawan et al., 2019), mengatakan:

“Varian Produk merupakan keseluruhan produk ataupun barang yang ditawarkan oleh perusahaan, tempat usaha atau penjual tertentu kepada konsumen yang menginginkannya”.

Keputusan Pembelian

Menurut (Pasaribu & Kusnawan, 2022), mengatakan:

“keputusan pembelian merupakan bagaimana konsumen membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau servis setelah melewati beberapa proses pemikiran yang mempengaruhi pertimbangan, pemahaman dan pembelian suatu produk atau jasa”.

Menurut (Ginjar & Andy, 2022), mengatakan:

“Keputusan Pembelian adalah suatu kerangka pemikiran konsumen yang mewakili pengambilan keputusan mereka ketika membeli suatu produk dengan melakukan evaluasi pada manfaat dan keuntungan yang diperoleh ketika mengkonsumsi produk berdasarkan berbagai informasi yang diperoleh”.

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian atau riset ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana (Sugiyono, 2019, 16) memaparkan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode riset yang digunakan untuk mempelajari suatu populasi atau sampel melalui instrument atau alat penelitian yang telah ditetapkan dan informasi yang dikumpulkan akan dianalisa berdasarkan hipotesa yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti”.

Jenis dan Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2019, 8-9), data primer merupakan suatu bentuk data yang diakumulasikan dan diterima oleh peneliti langsung dari sumber informasinya berupa responden yang terpilih dan bersedia untuk menjadi responden didalam penelitian yang dilakukan. Dalam riset ini, informasi tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan serta observasi langsung di lokasi yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen

Menurut (Sugiyono, 2019, 8-9), Data Sekunder adalah sekumpulan informasi yang sudah ada sebelumnya dan tidak lugas memberikan informasi terhadap penelitian yang dilakukan dan biasanya diperoleh melalui orang lain ataupun dokumen dan berkas lainnya yang dipublikasikan oleh pihak ketiga dengan tujuan untuk mengembangkan dan melengkapi kebutuhan data riset. Data sekunder yang digunakan dalam riset ini diperoleh secara implisit melalui pembelajaran media tertulis dengan data yang bersifat tertulis ataupun data yang tersedia di internet, website ataupun secara online yang memiliki kaitan dengan data primer yang akan diteliti.

Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2019, 126), memaparkan bahwa populasi menggambarkan suatu wilayah spekulasi yang terdiri dari seseorang atau suatu benda yang memiliki ciri khas maupun suatu fitur tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan riset yang telah ditetapkan dan kemudian diperiksa dan ditarik kesimpulannya. Di dalam riset ini populasi yang akan diteliti ialah pelanggan Supermarket TipTop Cimone

Menurut (Sugiyono, 2019, 127), sampel adalah suatu perkumpulan atau yang memiliki kualitas ataupun karakter tertentu dalam suatu populasi. Sedangkan ukuran sampel merupakan tahapan untuk menentukan seberapa besar sampel yang akan diambil dalam melaksanakan kegiatan riset. Metode pengumpulan ini dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dan *purposive sampling* dimana riset yang dilakukan memiliki patokan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengambilan Data Primer

- **Wawancara (*interview*)**

(Sugiyono, 2019, 195), memaparkan wawancara adalah suatu pertemuan atau percakapan antara dua individu atau lebih yang membicarakan suatu topik pembahasan tertentu untuk bertukar data dan pemikiran melalui suatu percakapan atau tanya jawab dengan tujuan agar suatu kepentingan dapat dikembangkan dalam pokok pembicaraan.

- **Kuesioner**

(Sugiyono, 2019, 199), memaparkan kuesioner merupakan suatu bentuk formular atau berkas yang berisikan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel atau topik didalam penelitian yang dilakukan.

- **Observasi**

Menurut (Sugiyono, 2019, 203), Observasi adalah suatu kegiatan pengumpulan data dimana peneliti melakukan kegiatan secara cermat dan teliti secara langsung di tempat penelitian dimana dalam penelitian ini, peneliti mengamati dan memperhatikan proses bagaimana seorang konsumen memilih suatu produk hingga akhirnya melakukan suatu keputusan pembelian.

Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Didalam riset ini peneliti memperoleh data sekunder melalui sumber lain yang dapat dipakai untuk mendukung hasil penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam riset ini diperoleh secara implisit melalui pembelajaran media tertulis yang dikumpulkan oleh peneliti dan meliputi buku, jurnal, artikel, *internet research* serta dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik Analisa Data

Kegiatan Analisa yang digunakan untuk menganalisa atau menjabarkan hasil dari informasi yang diperoleh dilakukan dengan memakai bantuan aplikasi SPSS 25 untuk membahas pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang telah dipilih oleh peneliti didalam riset ini.

IV. HASIL

1. Model Summary

A. Hasil uji Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Variabel	R Square (R^2)	Std. Error
Kualitas Produk (X1)	0,441 (44.1%)	3.444
Kualitas Pelayanan (X2)	0,556 (55.6%)	3.070
Varian Produk (X3)	0,651 (65.1%)	2.721

Dari hasil yang diperoleh, diketahui bahwa kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 44.1%, kualitas pelayanan sebesar 55.6% dan varian produk sebesar 65.1% secara eksklusif atau parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di supermarket TipTop Cimone Tangerang. Sementara itu, persentase lainnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya di luar penelitian yang dikerjakan.

B. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Variabel	R Square (R^2)	Std. Error
Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Varian Produk (X3)	0,737 (73.7%)	2.386

Dari hasil yang diperoleh, diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan varian produk secara bersamaan atau bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 73,7% terhadap keputusan pembelian konsumen di supermarket TipTop Cimone, Tangerang. Sementara itu, persentase lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang dikerjakan.

2. Uji Hipotesa

A. Uji T (Parsial)

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig
Kualitas Produk (X1)	8.784	1.660	0.00

Kualitas Pelayanan (X2)	11.069	1.660	0.00
Varian Produk (X3)	13.512	1.660	0.00

Dari hasil yang diperoleh diketahui bahwa kualitas produk mempunyai nilai T hitung sebesar 8,784, kualitas pelayanan sebesar 11,069 dan varian produk sebesar 13,512, angka tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan angka T tabel sebesar 1,660. Diketahui juga bahwa melalui uji T diperoleh nilai Sig sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diasumsikan H_a diakui dan H_0 ditolak.

B. Uji F (Simultan)

Variabel	F Hitung	F Tabel	Sig
Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Varian Produk (X3)	89.714	2.70	0.00

Dari hasil yang diperoleh diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan varian produk secara bersamaan mempunyai nilai F hitung sebesar 89,714, angka ini lebih besar dibandingkan dengan angka F tabel sebesar 2,70. Diketahui juga bahwa melalui uji F diperoleh nilai Sig sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diasumsikan H_a diterima dan H_0 ditolak.

V. KESIMPULAN

Dari hasil pengujian yang dilakukan diperoleh hasil dimana secara individu kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 44,1%, kualitas pelayanan sebesar 55,1% dan varian produk sebesar 65,1% dan 73,7% secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen di supermarket TipTop Cimone, Tangerang.

Melalui pengujian hipotesa diperoleh nilai T hitung sebesar 8,784 (X1), 11,069 (X2) dan 13,512 (X3) dimana ketiga angka tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan T tabel yang bernilai 1,660. Nilai Sig sebesar 0,00 juga diperoleh yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diasumsikan bahwa pada tingkat tertentu secara parsial H_a diakui dan H_0 ditolak.

Melalui pengujian hipotesa diperoleh nilai F yang ditentukan sebesar 89,714 lebih besar jika dibandingkan dengan F tabel yang bernilai 2,70. Nilai Sig sebesar 0,00 juga diperoleh yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diasumsikan secara bersamaan H_a diakui dan H_0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Crismon, E., & Andy. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 1*(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.
- Ginanjar, G., & Andy. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Study Kasus Pada Online Shop Dystuff). *EMaBI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1*(2), 174–186. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Hernawan, E., & Andy. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GERAI ALFAMIDI TAMAN ROYAL TANGERANG. *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16*(3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Hirim, M., & Andy. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 2*(2).
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Sefung, A. T., Budhi, U., & Tangernag, D. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5). www.cermati.com
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Pasaribu, F. T., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Pemasaran Secara Digital, Harga, dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 2*(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Dr. I. Sutopo, Ed.; 2nd ed., Vol. 2). Alfabeta.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT. ERJE LONDON CHEMICAL). *ECo-Buss, 3*(2), 48–56.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. ANDI.
- Wibowo, P. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN PT. GOJEK INDONESIA (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek Di Tangerang). *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 9*(1), 27–38.
- Widiyanto, G., Pujiarti, ubdacid, & Wibowo, F. (2021). The Influence of Price, Service Quality, and Promotion Against Decision Users Transportation Online (Grab) in Jakarta. *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS, 19*(2), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>