

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Minuman Boba Qiuqiunia Marela**

**Preti Intan Sari<sup>1</sup>, Muhammad Irwan Padli Nasution<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [pretyintansari@gmail.com](mailto:pretyintansari@gmail.com), [irwannst@uinsu.ac.id](mailto:irwannst@uinsu.ac.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minuman boba qiuqiunia Marelan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan asosiatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda dengan populasi seluruh pengunjung konsumen minuman boba qiuqiunia Marelan dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen minuman boba qiuqiunia Marelan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (Quesioner). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software IBM SPSS Statistic 23*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada minuman boba qiuqiunia Marelan. secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minuman boba qiuqiunia Marelan. Sedangkan secara simultan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minuman boba qiuqiunia Marelan.

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

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality and service quality on purchasing decisions on Marelan qiuqiunia boba drinks. The approach used in this research is a quantitative and associative approach. The data analysis technique in this study used the Multiple Linear Regression analysis technique with a population of all visitors to the Marelan qiuqiunia boba drink and the sample of this study was 100 respondents who were the consumers of the Marelan qiuqiunia boba drink. The data collection technique in this study used a questionnaire (questionnaire). Data processing in this study used the IBM SPSS Statistics 23 software program. The results of this study indicate that partially there is a significant effect of product quality on purchasing decisions on the Marelan qiuqiunia boba drink. partially there is a significant effect of service quality on purchasing decisions on boba qiuqiunia Marelan drinks. Meanwhile, simultaneously this research proves that product quality and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions on Marelan qiuqiunia boba drinks.*

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

## **PENDAHULUAN**

Keputusan pembelian merupakan faktor penentu performa penjualan. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Istiqamah et al., 2021). Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian antara sikap dan pengetahuan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif pilihan dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2018). Hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat (Kotler & Keller, 2019). Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarnya (Assauri, 2017).

Selanjutnya variabel yang mempengaruhi kualitas pembelian adalah variabel kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, (Tjiptono, 2018). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan yang diharapkan pelanggan dari tingkat kemampuan (*ability*) yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan memuaskan atau sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka kualitas pelayanan ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan (Tjipto & Chandra, 2012) Minuman boba qiuqiunian Marelان merupakan *Boba & Thai tea Shop* yang terkenal di Medan. *Boba & Thai tea Shop* ini berpusat di Jalan Karya Wisata no 59-4, Medan Johor dan memiliki cabang di Jl. Marelان Raya. *Boba & Thai tea Shop* ini menjadi minuman favorit bagi kaum muda-mudi. *Boba & Thai tea Shop* ini menyediakan menu yang halal. Produk yang dijual yaitu minuman Boba berbagai jenis dan Thai Tea aneka varian.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Kotler & Armstrong, 2017), Sedangkan menurut (Kotler & Keller, 2019) menyatakan bahwa perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.

### **Kualitas Produk**

Dalam merencanakan penawaran atau produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk, (Kotler, 2019) yaitu : 1. Produk utama/inti (core benefit), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk. 2. Produk generic, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat

berfungsi). 3. Produk harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapandisepakati untuk dibeli. 4. Produk pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing. 5. Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk sesuatu produk di masa mendatang. Selanjutnya (Tjiptono, 2018) mengungkapkan bahwa konsep “kualitas produk telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit, karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal”.

### Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan (Kotler, 2019). Pelayanan (*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis (Lupiyoadi & Hamdani, 2019). Pelayanan juga dikatakan segala bentuk kegiatan yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan. Hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Tjipto & Chandra, 2012).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan Qiuqiunian cabang Marelan yang terletak di Jalan Marelan Raya Pasar 1, 20245 Medan, Sumatera Utara. Waktu pelaksanaan penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Mei 2022 hingga Agustus 2022. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman boba Qiuqiunian yang berjumlah 100 konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen minuman boba Qiuqiunian yang berjumlah 100 konsumen.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variable bebas (X) secara sendiri-sendiri (individual) terhadap variable terikat (Y). Dalam pengujian uji t nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dengan rumus  $dk = n - k$  yang mana n merupakan jumlah responden dan k merupakan jumlah variable, dengan tingkat signifikan 5% (0,05).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1 (Constant)	12,440	3,983		3,123	,002		
Kualitas Produk	,366	,106	,400	3,465	,001	,458	2,183
Kualitas Pelayanan	,194	,109	,213	1,779	,078	,427	2,344

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah oleh IBM Statistic SPSS 23

Kriteria uji t dilakukan pada tingkat 5% (0,05). Yang mana  $n = 100$  dan  $k = 3$  maka nilai  $t$  dengan rumus  $dk = n - k$  maka  $100 - 3 = 97$  adalah 1,660.

#### 1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan data tabel uji t di atas dapat diketahui bahwa perolehan nilai coefficients :  $t_{hitung} = 3,465$   $t_{tabel} = 1,660$

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- Ho ditolak bila :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ ,
- Ho diterima bila :  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengujian di atas variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,465 dengan nilai signifikan 0,001 sedangkan nilai ketentuan untuk 100 sample  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya  $t_{hitung} 3,465 > t_{tabel} 1,660$  dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada minuman boba qiuqiunian Marelان.

#### 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan data tabel uji t di atas dapat diketahui bahwa perolehan nilai coefficients :  $t_{hitung} = 1,779$   $t_{tabel} = 1,660$

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- Ho ditolak bila :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ ,
- Ho diterima bila :  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,779 dengan nilai signifikan 0,078 sedangkan nilai ketentuan untuk 100 sample  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya  $t_{hitung} 1,779 > t_{tabel} 1,660$  dengan nilai signifikan  $0,078 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada minuman boba qiuqiunian Marelان.

#### Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hipotesis substansial dalam penelitian ini adalah : Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Agar dapat dilakukan pengujian statistik, maka hipotesis substansial tersebut di konversi ke dalam hipotesis statistik sebagai berikut :

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	313,739	2	104,580	22,652	,000 <sup>b</sup>

Residual	443,221	96	4,617	
Total	756,960	99		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

$F_{tabel} = Df_1 = k-1 = 2-1=1$ ,  $Df_2 = n-k-1 = 100-2-1= 97$  adalah 3,939,  $F_{hitung} = 22,652$

a.  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak, taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.2 tailed  $\leq 0,05$ )

b.  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima, taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.2 tailed  $\leq 0,05$ )

Berdasarkan data tabel diatas uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 22,652 dengan nilai signifikan 0,000 pada Ftabel untuk 100 sample dengan signifikan 0,05 dengan nilai Ftabel sebesar 3,939 , maka diperoleh Fhitung 22,652 > Ftabel 3,939 dengan nilai signifikan 0,000 dibawah nilai 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada minuman boba qiuqiunian Marelان.

### Hasil Koefisien Determinasi

Selanjutnya dengan melihat *R-Square* akan dapat dilihat bagaimana sebenarnya nilai kontribusi kedua variabel bebas terhadap variabel terikat :

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,644 <sup>a</sup>	,414	,396	2,14870	2,064

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah oleh IBM Statistic SPSS 23

Melalui tabel di atas terlihat bahwa nilai R adalah 0,644 dan R-Square adalah 0,414 atau 41,4%. Dari nilai R-Square dapat diketahui bahwa secara bersama Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar 41,4%, sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji statistik Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada minuman boba qiuqiunian Marelان. Dikarenakan hasil thitung (3,465) > ttabel (1,660) dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji statistik Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada minuman boba qiuqiunian Marelان. Dikarenakan hasil thitung (1,779) > ttabel (1,660) dengan nilai signifikan 0,078 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada minuman boba qiuqiunian Marelان,

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 Konsumen, kemudian telah dianalisa, maka kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman boba qiuqiunian Marelan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman boba qiuqiunian Marelan.
3. Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman boba qiuqiunian Marelan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 68–78.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Perinsip - perinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Nugroho. (2018). *Perilaku Konsumen (Edisi Pertama)*.
- Tjipto, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.