

ABSTRAK

Sherly Priscilla, 181010257, 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Star Swalayan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan, mengetahui pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada UD. Star Swalayan selama periode 2020 sebanyak 37.291 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 8,786 + 0,476 Kualitas Pelayanan + 0,403 Produk + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} (5,700) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan. Hasil analisis menunjukkan Produk memiliki nilai t_{hitung} (4,387) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan berdasarkan nilai F_{hitung} (27,646) > F_{tabel} (3,07) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Star Swalayan. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,363 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Produk sebesar 36,3% sedangkan sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti penetapan harga, kepuasan konsumen, loyalitas, perilaku konsumen, persepsi dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sherly Priscilla, 181010257, 2022, The Effect of Service and Product Quality on Consumer Purchase Decisions at UD. Star Swalayan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Supervisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Service Quality on Purchase Decisions at UD. Star Supermarkets, knowing the effect of Products on Purchase Decisions at UD. Star Swalayan, knowing the effect of Service and Product Quality on Purchase Decisions at UD. Supermarket Star.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who make purchases at UD. Star Supermarkets during the 2020 period were 37,291 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 8,786 + 0,476 Service Quality + 0,403 Product + e.

The results of the research analysis show that Service Quality has a value of tcount (5,700) > ttable (1,987) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Service Quality on Purchase Decisions at UD. Supermarket Star. The results of the analysis show that the product has a value of tcount (4.387) > ttable (1.987) with a significant level of 0.000 < 0.05, so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between products on purchasing decisions at UD. Supermarket Star.

The results showed that the quality of service and product had a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Star Supermarkets based on the value of Fcount (27.646) > Ftable (3.07) with a significance of 0.00 < 0.05 so it can be concluded that there is a significant effect between Service Quality and Product Simultaneously on Purchase Decisions at UD. Supermarket Star. The results of this study are supported by the value of R Square (R²) or the coefficient of determination obtained is 0.363 meaning that the Purchasing Decision variable can be explained by the Service and Product Quality variable of 36.3% while the remaining 63.7% is influenced by other factors originating from outside this research model such as pricing, customer satisfaction, loyalty, consumer behavior, perceptions and various other variables.

Keywords: Service Quality, Product, Purchase Decision.