

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Citra Walet Tetap Jaya Medan

Cecilio Sidattha¹, Elserra Siemin Ciamas^{2,*}

¹Manajemen Pemasaran Internasional, Diploma IV, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

²Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹ceciliosiddhartha@gmail.com, ^{2,*}ql.esc7@gmail.com,

Email Penulis Korespondensi: ql.esc7@gmail.com

Abstrak— Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jumlah ampel penelitian ini adalah 30 konsumen. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik sampling jenuh yang dimana sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan, dimana hasil koefisien regresi X_1 0,181 artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,181, artinya setiap peningkatan 1 satuan kualitas produk maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,181. Hasil koefisien regresi $X_2 = 0,174$ artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan variabel kualitas produk mengakibatkan peningkatan sebesar 0,174. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,761 atau 76,1% sedangkan sisanya 23,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan, karena nilai Sig kualitas pelayanan adalah 0,172 lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai Sig kualitas produk adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada terjadinya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

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

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi ini, kualitas pelayanan serta kualitas produk merupakan suatu hal yang dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas pelayanan serta kualitas produk merupakan salah satu faktor utama menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen serta yang menentukan akan melakukan pembelian ulang ataupun tidak. Keputusan Pembelian akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai kebutuhannya. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan keputusan pembelian pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah.

Hutagalung & Waluyo (Mita Istinawati & R.A. Nurlinda, 2024) mengatakan kualitas produk adalah elemen dalam suatu barang atau hasil yang membuatnya sesuai dengan tujuan pembuatannya. Abdurrahman & Anggriani (Roynaldus A. K. Agung et al., 2023), mengatakan kualitas pelayanan merupakan poin penting bagi Perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan meningkat ketika kualitas layanan yang diberikan baik. Kotler & Armstrong, (MUKTI & Aprianti, 2021) Keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang memutuskan untuk membeli merek atau produk tertentu. Oleh karena itu, untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen sangat penting. Menurut (Pasaribu & Setiawan, 2024) Kualitas layanan adalah poin penting bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Ekonomi et al., 2024) Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Menurut (Kasus et al., 2017) Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut. PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan bahan dasar hingga bahan jadi dari sangkar burung wallet yang beralamat di jl Komplek Citraland bagya city blok R8 20 Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, 20222. Adapun kebanyakan konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan adalah toko – toko hingga perusahaan yang membuat minuman dari sarang burung walet.

Melihat perusahaan merupakan salah satu perusahaan yang menjual produk serta jasa tentu sudah tidak diragukan lagi jika membahas kualitas yang diberikan dalam hal ini kualitas pelayanan dan kualitas produk. Adapun PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan ini juga sering memberikan pelayanan yang bagus serta barang dengan tingkat *grade* teratas kepada konsumen. Namun dengan demikian tidak menjamin penjualannya tidak akan mengalami penurunan. Dalam satu tahun terakhir ini, peneliti memperhatikan penjualan pada PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan dan nyatanya memang terkadang mengalami penurunan dan kenaikan / tidak stabil pada penjualan mereka. Berikut ini peneliti sajikan jumlah konsumen

yang dirasakan semakin mengalami penurunan akibat menurunnya keputusan memilih pada PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Penjualan PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan Periode Mei 2023 – April 2024

Periode Bulan	Jumlah Penjualan
Mei	Rp. 156.575.490
Juni	Rp. 114.450.220
Juli	Rp.125.467.211
Agustus	Rp.136.450.655
September	Rp.141.450.500
Oktober	Rp.131.542.300
November	Rp.122.000.320
Desember	Rp. 134.500.700
Januari	Rp. 112.600.400
Februari	Rp.122.590.000
Maret	Rp.89.690.800
April	Rp. 92.890.000

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan terlihat terdapat penurunan di bulan juni dan kenaikan kembali di bulan juli agustus, september, menurun kembali di bulan oktober dan november, dan meningkat kembali di bulan desember, penurunan kembali di bulan januari hingga april 2024. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa konsumen serta admin toko, terjadinya penurunan pendapatan pada bulan mei 2023 sampai april 2024 dikarenakan seringnya terjadinya barang mentah yang patah atau rusak sehingga mengakibatkan penurunan nilai jual, pengantaran barang yang memakan waktu cukup lama. Adanya feedback yang diberikan oleh pelanggan kepada penjual antara lain dengan memberikan pelayanan yang lebih bagus serta memperhatikan proses pengiriman barang.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki peranan penting didalam suatu perusahaan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan”. Penelitian ini dilakukan di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan yang beralamat di jl Komplek Citraland bagya city blok R8 20 Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, 20222, dengan objek penelitiannya adalah pelanggan PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Periode dalam penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2024 sampai April Juli 2024. Variabel penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan rencana dalam pemilihan subyek, lokasi penelitian, dan teknik pengumpulan data untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Metode inilah yang menunjukkan kapan, dimana dan bagaimana suatu subyek diteliti. Tujuan metode penelitian adalah untuk mendapatkan hasil yang dapat dipercaya (*credible*). Kredibilitas berarti hasil penelitian sesuai dengan kenyataan, akurat, masuk akal dan bisa dibuktikan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*. Dikatakan sebagai metode tradisional karena penggunaan yang sudah cukup lama dan menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme, disebut juga sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Kaidah-kaidah ini sangat sesuai dengan spesifikasi yang ada dalam penelitian kuantitatif. Metode ini juga disebut metode *discovery* karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Peneliti dapat mengembangkan suatu ide dasar menjadi sesuatu yang jauh lebih besar dan bersifat baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, data yang digunakan pada penelitian kuantitatif tidak harus berupa data kuantitatif, tetapi dapat juga menggunakan data kualitatif maupun gabungan dari keduanya, (Siyoto & Sodik dalam Hardani, 2020:239).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif karena penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel X₁ dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan X₂ Kualitas Pelayanan yang dimana variabel X disebut variabel bebas yang memiliki arti variabel yang tidak terikat pada variabel lain dan variabel Y adalah Keputusan Pembelian atau variabel terikat atau yang biasa memiliki arti variabel yang terikat pada variabel lain, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Menurut Indrasari (Sandra & Prawoto, 2024) , kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Kotler (Rachmadani & Yulianto, 2023) mengatakan kualitas produk adalah kemampuan produk yang dijual perusahaan untuk memenuhi fungsi spesifiknya: daya tahan, kenyamanan dan keandalan, digunakan untuk memenuhi kebutuhan Konsumen. Menurut Tjiptono (Muafatun et al., 2022) , Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses mengidentifikasi suatu masalah dan kemudian mencari informasi mengenai produk atau jasa tersebut.

2.3 Populasi dan Sampel

2.3.1 Populasi

Populasi menunjukkan suatu wilayah generalisasi yang mencakup entitas atau subjek yang memiliki atribut dan sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki, yang kemudian menghasilkan kesimpulan ((Firmansyah & Dede, 2022)). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yang dimana adalah pelanggan yang melakukan transaksi dengan nominal pembelian diatas Rp. 50.000.000,- dalam waktu satu bulan pada tahun 2023.

2.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan atribut yang ditemukan dalam populasi yang lebih besar. Dalam kasus-kasus di mana populasi sangat luas dan mempelajari setiap elemen tidak memungkinkan karena keterbatasan sumber daya keuangan, waktu, dan tenaga, peneliti dapat memilih untuk memeriksa sebagian dari populasi tersebut, yang dikenal sebagai sampel ((Sulistiyowati, 2017)). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik sampling jenuh yang dimana sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. (Imam, 2021:119).

Berdasarkan pembahasan diatas sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi dengan nominal pembelian diatas Rp. 50.000.000,- setiap bulannya pada tahun 2023 Maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan sebanyak 30 orang.

2.3.3 Uji Reliabilitas

Menurut Janna ((Amelia & Erita, 2024)), Uji reliabilitas adalah suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tetap yang digunakan akan tetap konsisten, apabila pengukuran tersebut diulangi. Terdapat banyak metode dalam pengukuran reliabilitas, tetapi metode yang banyak digunakan dalam penelitian adalah metode *Cronbach Alpha*. Perhitungan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* ini dapat diterima, apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel } 5\%$ dan dapat dikatakan reliabel.

2.3.4 Uji Normalitas

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik. *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah: (Echo, Dalam Reza : 2024 (Galih et al., 2022))

- Jika nilai signifikansi $>$ dari 0,05 maka distribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $<$ dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

- H₀ : Data residual berdistribusi normal
- H₁ : Data residual tidak berdistribusi normal.

2.3.6 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Antara variabel-variabel bebas yang akan di analisis tidak diizinkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama, karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang didapatkan menjadi bias dan tidak bermakna. (Wijayanti et al., 2024)

2.3.7 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Arisandi, 2022) Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas

2.3.8 Uji Regresi Linier Berganda

Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) (Sudariana & Yoedani, 2022), persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \tag{1}$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
- X1 = Kualitas Pelayanan (*independent variable*)
- X2 = Kualitas Produk (*independent variable*)
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan
- b2 = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk
- e = Persentase kesalahan (5%)

2.3.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berikut hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh penulis antara lain :

H₀ = 0 Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

H_a ≠ 0 Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

H₀ = 1 Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

H_a ≠ 1 Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

H₀ = 2 Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

H_a ≠ 2 Kualitas Produk dan Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

2.3.10 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. (Hartati et al., 2020) Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%) dengan kriteria :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{table}$ maka H₀ diterima, H₁ ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak dipengaruhi.
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{table}$ maka H₀ ditolak, H₁ diterima, artinya secara simultan penelitian ini dipengaruhi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 karakteristik responden

Responden pada penelitian ini adalah pelanggan yang sering membeli di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 30 responden dengan karakteristik responden yang meliputi usia dan gender pelanggan. Pengetahuan tentang karakteristik responden perlu dilakukan karena merupakan informasi tambahan dari penelitian ini. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud maka disajikan data dalam bentuk tabel sebagai berikut :

3.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Analisis usia pada responden dimaksudkan untuk mengetahui usia rata-rata responden dalam penelitian ini

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-35 tahun	1	3.3	3.3	3.3
	35-40 tahun	4	13.3	13.3	16.7
	40-45 tahun	6	20.0	20.0	36.7
	45-50 tahun	9	30.0	30.0	66.7
	>50 tahun	10	33.3	33.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Dari tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini diketahui berusia diantara 30 sampai > 50 tahun. Responden yang berusia 30 – 35 tahun sebanyak 1 orang (3,3%), 35 – 40 tahun sebanyak 4 orang (13,3%), 40 – 45 tahun sebanyak 6 orang (20%), 45 – 50 tahun sebanyak 9 orang (30,3%), dan > 50 tahun sebanyak 10 orang (33,3%). Responden yang berusia >50 tahun dengan presentase 33,3% mendominasi dalam penelitian ini.

3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis responden berdasarkan jenis kelamin ialah untuk mengetahui seberapa banyak respon Laki-laki dan Perempuan dalam penelitian ini

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	24	80.0	80.0	80.0
	Perempuan	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Dari tabel 2 diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki mendominasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 24 orang (80%), serta responden perempuan sebesar 6 orang (20%).

3.4 hasil uji asumsi klasik

Pengujian hipotesis klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Hasil regresi dapat digunakan jika memenuhi *Ordinary Least Square (OLS)*. Pengujian hipotesis klasik merupakan analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi apakah suatu model regresi linier OLS mempunyai estimasi yang akurat, tidak bias, dan konsisten. Hasil pengujian hipotesis klasik dalam penelitian ini adalah:

3.5 hasil uji normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov satu arah. Pengambilan Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah: (Echo, Dalam Reza : 2024)

1. Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah

H0 : Data residual berdistribusi normal

H1 : Data residual tidak berdistribusi normal

Tabel 3 Uji Normalitas

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Keputusan Pembelian	.118	30	.200*	.970	30	.535
Kualitas Pelayanan	.112	30	.200*	.972	30	.597
Kualitas Produk	.109	30	.200*	.971	30	.565
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas dapat kita lihat pada output pada tabel 4.9 melalui uji *Kolmogorov Smirnov* bahwa nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X₁), Kualitas Produk (X₂) Dan Keputusan Pembelian adalah 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual dalam model regresi penelitian ini memiliki distribusi normal.

3.6 hasil uji multikolinearitas

Data yang baik yaitu data yang tidak terdapat gejala multikolinearitas, dimana nilai VIF (Variance Inflation Factor) harus < 10 (Perdana K, Dalam Reza : 2024)

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

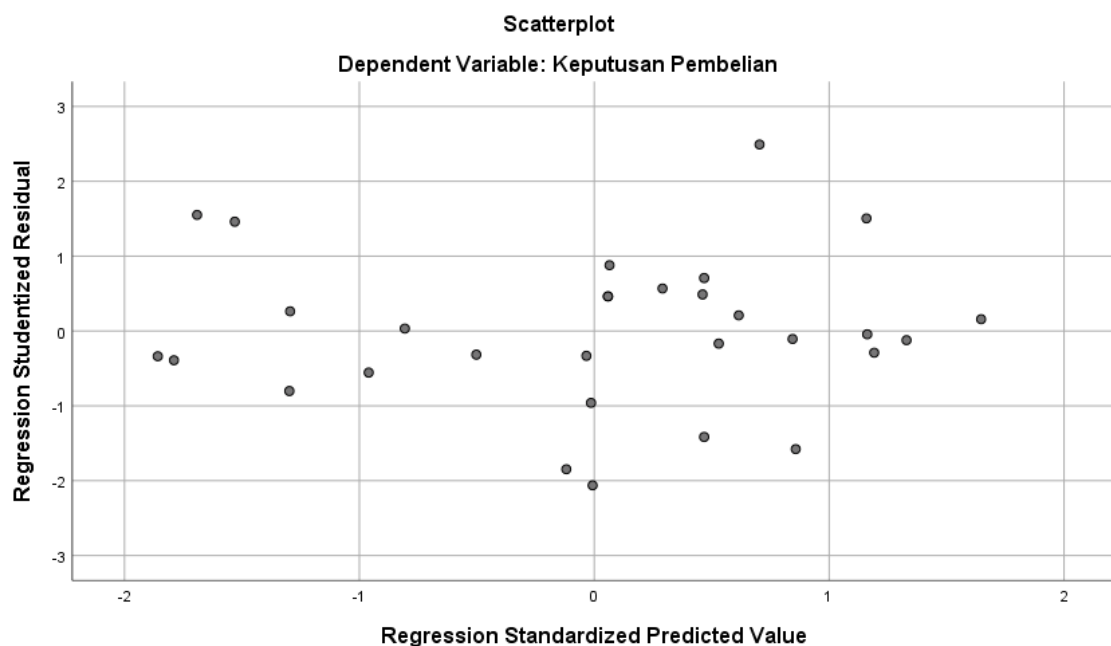
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.205	4.314		.048	.962	

	Kualitas Pelayanan	.209	.149	.163	1.402	.172	.654	1.529
	Kualitas Produk	.440	.067	.767	6.595	.000	.654	1.529
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas dapat kita lihat pada *ouput coefficients* tabel 4 bahwa masing-masing nilai *tolerance* dan VIF dari variabel Kualitas Produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) adalah $0,654 > 0,10$ (*tolerance*) dan $1,529 < 10$ (VIF). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi adanya multikolinearitas.

3.7 hasil uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Suatu data yang baik yaitu data tidak terdapat heteroskedastisitas, dimana titik-titik pada Grafik Plot diantara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 1. Scatterplot

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat kita lihat bahwa, titik - titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik - titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah,penyebaran titik - titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar,penyebaran titik - titik data tidak membentuk pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

3.8 Hasil Regresi Linear Berganda

Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \tag{2}$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X1 = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

X2 = Kualitas Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b1 = Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan

b2 = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk

e = persentase kesalahan (5%)

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.205	4.314		.048	.962		
	Kualitas Pelayanan	.209	.149	.163	1.402	.172	.654	1.529
	Kualitas Produk	.440	.067	.767	6.595	.000	.654	1.529

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas, berikut pembahasan hasil uji regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,205 + 0,163X_1 \text{ (Kualitas Pelayanan)} + 0,767X_2 \text{ (Kualitas Produk)} + e.$$

Penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan

b₂ = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk

e = persentase kesalahan (5%)

1. Konstanta sebesar 0,205 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka nilai kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,205
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,163 dan bertanda positif artinya setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Pelayanan akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,163.
3. Variabel Kualitas Produk (X₂) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,767 dan bertanda positif artinya setiap penambahan satu-satuan variabel kualitas Produk mengakibatkan peningkatan sebesar 0,767s.

3.9 hasil uji hipotesis

3.9.1 hasil uji koefisien determinasi (r²)

Untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X1, X2). Kofisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu (0 < R² < 1). Jika R² semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X1, X2) adalah besar terhadap variabel terikat (Y) Sebaliknya, jika R² semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y) (Syafri, Dalam Reza : 2024).

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.761	.744	1.901
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yaitu :

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,761 \times 100\%$$

$$KD = 76,1\%$$

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,761. Hal ini menunjukkan bahwa 76,1% Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sedangkan 23,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.9.2 hasil uji f (secara simultan)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%) dengan kriteria :

- a. Jika F hitung \leq F table maka H₀ diterima, H₁ ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak dipengaruhi.
- b. Jika F hitung \geq F table maka H₀ ditolak, H₁ diterima, artinya secara simultan penelitian ini dipengaruhi.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311.231	2	155.616	43.063	.000 ^b
	Residual	97.569	27	3.614		
	Total	408.800	29			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan						

Dari Tabel 7 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 43.063 dengan tingkat signifikan 0,000 Untuk tingkat kualitas 95% $df_1 = 2$ dan $df_2 = 30$ maka F_{tabel} adalah 3,32. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh dan berdampak terhadap Keputusan Pembelian dalam transaksi pembelian Konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

3.9.3 Hasil Uji T (Secara Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Selain itu digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) (Sujarweni, 2019:229)

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dapat dilihat juga melalui besarnya probabilitas value (*p value*) dibandingkan dengan 0.05, kriterianya:

1. Jika $p\ value > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $p\ value < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.205	4.314		.048	.962		
	Kualitas Pelayanan	.209	.149	.163	1.402	.172	.654	1.529
	Kualitas Produk	.440	.067	.767	6.595	.000	.654	1.529
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Dari Tabel 8 dapat diketahui bahwa :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 1,402 dengan signifikan 0,172. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT.Citra Walet Tetap Jaya Medan.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 6,595 signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT.Citra Walet Tetap Jaya Medan.

3.10 Pembahasan

3.10.1 pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 1,402 dengan signifikan 0,172. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT.Citra Walet Tetap Jaya Medan.

3.10.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil perhitungan Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 6,595 signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas

Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

3.10.3 Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 43.063 dengan tingkat signifikansi 0,000 Untuk tingkat kualitas 95% $df_1 = 2$ dan $df_2 = 30$ maka F_{tabel} adalah 3,23. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh dan berdampak terhadap Keputusan Pembelian dalam transaksi pembelian Konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan yaitu; Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan ditunjukkan dari hasil analisis dari hasil analisis regresi linear berganda $Y = 0,205 + 0,163X_1$ (Kualitas Pelayanan) + $0,767X_2$ (Kualitas Produk) + e. Hal ini memberikan arti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 1,402 dengan signifikansi 0,172. Dengan taraf $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 6,595 signifikansi 0,000. Dengan taraf $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 2.024. Oleh karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam berbelanja di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 43.063 dengan tingkat signifikansi 0,000 Untuk tingkat kualitas 95% $df_1 = 2$ dan $df_2 = 30$ maka F_{tabel} adalah 3,23. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh dan berdampak terhadap Keputusan Pembelian dalam transaksi pembelian Konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya Medan. Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,761. Hal ini menunjukkan bahwa 76,1% Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Citra Walet Tetap Jaya dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sedangkan 23,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Amelia, N., & Erita, S. (2024). Eksplorasi Validitas dan Reliabilitas Soal Pemahaman Konsep dalam Asesmen Pembelajaran. *Jurnal BIMA: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(1), 222–232.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Ekonomi, J. J., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Indo, U., Mandiri, G., Jend, J., Km, S., Ilir, D., Kec, I. V., Timur, I., Palembang, K., Selatan, S., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Indo, U., Mandiri, G., Jend, J., & Km, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang*. 10(2).
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Galih, firmas D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>
- Hartati, S., Winarko, H., & Martini, R. (2020). Akuntabilitas Publik Dari Aspek Pembukuan, Investarisasi dan Pelaporan Aset Tetap. *Jurnal Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Sriwijaya*, 9(1).
- Kasus, S., Ayam, P., Surabaya, P., & Medan, M. (2017). *PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA*.
- Mita Istinawati, & R.A. Nurlinda. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–153. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>
- MUKTI, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155–163. <https://doi.org/10.37481/jm.v4i1.681>
- Rachmadani, T. H., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Royal Surabaya, Cabang Sidotopo Wetan Kecamatan Kenjeran. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 2461–0593.
- Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, & Paulus Juru. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 370–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sulistiyowati, W. (2017). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Wijayanti, N., Salma, N. A., Malinda, F., Siregar, J. A., & Abdullah, M. (2024). Analisis Preferensi Mengenai Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 12(1), 29–42. <https://doi.org/10.32493/jk.v12i1.y2024.p29-42>