

Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen

Riza Bunaiya¹, Nova Nova², Muhammad Erfan Syah³

¹Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen - Aceh
email: rizabunaiya54@gmail.com

²FF Universitas Almuslim Bireuen - Aceh
email: nova.samaun@gmail.com

³Fikom Universitas Almuslim Bireuen - Aceh
email: muh.erfanyah@gmail.com

Article history

Received:
August 21, 2024
Accepted:
August 26, 2024
Published:
August 30, 2024

Page:
49 – 57

Keywords:
service quality,
product quality, purchasing
decision



© 2023
Oleh authors. SingKite Journal;
Management, Business and
Entrepreneurship. Artikel ini
bersifat open access yang didis-
tribusikan di bawah syarat dan
ketentuan Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0
International License.

ABSTRACT: The research aims to analyze the influence of service quality and product quality on product purchasing decisions. By studying YOUR cosmetic products at the Duta Cosmetic shop in Bireuen City. The research is a survey using a questionnaire instrument on a sample of 96 consumers using a purposive sampling method. Analysis was carried out using a statistical approach through multiple linear regression models and data were analyzed using SPSS version 25.0 software. By concluding that the instrument's validity and reliability are guaranteed, hypothesis testing is carried out to determine the influence between variables in the regression model. The results prove that service quality and product quality together have a significant influence on purchasing decisions, with a contribution of 76.2%. Partially, both factors, both service quality and product quality, have a significant influence on purchasing decisions

ABSTRAK: Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk. Dengan studi terhadap produk kosmetik YOU di toko Duta Cosmetic Kota Bireuen. Penelitian merupakan survei dengan menggunakan instrumen kuesioner pada sampel konsumen sebanyak 96 orang dengan metode *purposive sampling*. Analisis dilakukan dengan pendekatan statistik melalui model regresi linier berganda dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Dengan pemenuhan asumsi instrumen dijamin validitas dan reliabilitasnya, dilakukan pengujian hipotesis dalam mengetahui pengaruh antar variable pada model regresi. Hasilnya, membuktikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 76,2%. Secara parsial kedua factor baik kualitas pelayanan dan kualitas produk signifikan pengaruhnya pada keputusan pembelian.

1. Pendahuluan

Industri kosmetik adalah salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Tren kecantikan dan perawatan diri semakin populer di kalangan konsumen, dan ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha di industri ini. Dalam konteks ini, toko-toko kosmetik memegang peranan penting dalam menyediakan beragam produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Beberapa tahun terakhir ini, dunia dipenuhi dengan tumbuh pesatnya industri dagangi yang menjadi cermin dari ketat dan tingginya kebutuhan masyarakat. Kosmetik merupakan salah satu skincare yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan. Produsen

dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain. Produsen dapat menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen dengan cara memahami perilaku konsumen. Perusahaan-perusahaan kosmetik diharapkan mempunyai strategi-strategi untuk dapat menarik konsumen dengan keputusan pembelian. Proses keputusan pembeli adalah suatu hal yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak, dan proses tersebut dimulai dengan memahami adanya masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

YOU salah satu perusahaan kosmetik terkemuka yang berusaha menciptakan produk-produk yang termasuk produk kosmetik kecantikan dengan kualitas produk dan harga yang kompetitif serta merek yang positif adalah *Hebe Beauty Group* sebagai perintis yang pertama kali diluncurkan dan memulai debutnya di pasaran Indonesia di tahun 2018.

YOU mengklaim telah menghadirkan solusi bagi masalah kosmetik wanita yang acap kali tidak tahan lama. Menawarkan kosmetik yang dikenal tahan lama, sesuai dengan slogan atau tagline yang berbunyi *Long-lasting Beauty* serta membandrolnya dengan harga yang terjangkau adalah salah satu strategi YOU dalam persaingan dunia kosmetik tanah air. Selain kosmetik, YOU juga menghadirkan beberapa produk perawatan wajah dan perawatan badan. Salah satu artikel pada platform Kumparan memasukkan *YOU Beauty* ke dalam 10 merek kosmetik lokal yang sukses mencuri perhatian di tahun 2020. Pada September 2021, setelah sukses merintis di pasaran Indonesia, YOU memutuskan untuk mengadakan peluncuran produk-produknya di Filipina (Kumparan, 2018)

Dalam menggambarkan kualitas layanan produk YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen, langkah-langkah analisis mendalam telah dilakukan untuk memahami bagaimana toko ini memberikan pengalaman pelanggan yang unggul dan membangun hubungan jangka panjang. Dengan memfokuskan pada berbagai aspek, analisis ini memberikan gambaran komprehensif tentang upaya yang telah dilakukan oleh toko ini untuk menciptakan lingkungan yang ramah, profesional, dan memuaskan.

Pertama-tama, interaksi antara staf YOU Toko Duta Cosmetic Bireuen dan pelanggan menjadi fokus utama dalam evaluasi kualitas layanan. Keberhasilan staf dalam memberikan pelayanan yang ramah, informatif, dan membantu menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif. Melalui observasi langsung dan umpan balik pelanggan, pemahaman mendalam diperoleh tentang bagaimana staf menghadapi kebutuhan dan pertanyaan pelanggan sehari-hari. Ketersediaan dan kecepatan layanan juga menjadi elemen penting dalam analisis kualitas layanan. Dalam lingkungan ritel, respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan dapat membuat perbedaan besar dalam memberikan pengalaman yang memuaskan. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa produk YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen mampu memberikan layanan yang responsif dan efisien.

Kualitas layanan purna jual juga menjadi sorotan dalam analisis ini. Bagaimana toko menanggapi keluhan, masalah, atau pertanyaan setelah pembelian dapat menciptakan kesan mendalam pada pelanggan. Pengukuran ini mencakup kecepatan dan efektivitas dalam menyelesaikan masalah pelanggan, menciptakan kepercayaan dan memberikan kepuasan yang berkelanjutan. Kemudian, upaya yang dilakukan oleh Toko Duta Cosmetic Bireuen dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk juga dievaluasi. Dalam dunia kosmetik yang terus berkembang, ketersediaan informasi yang tepat dan relevan dapat memandu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang informasional dan cerdas. Kualitas fisik dan visual toko juga diperhatikan dalam analisis ini. Kebersihan, keteraturan, dan estetika toko menciptakan lingkungan belanja yang menyenangkan dan profesional.

Selain itu, strategi tata letak dan desain interior juga dapat mempengaruhi bagaimana pelanggan berinteraksi dengan produk dan staf toko. Pendidikan staf menjadi unsur kunci dalam penilaian kualitas layanan. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat memberikan panduan yang akurat dan membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Oleh karenanya peraturan sangat diperlukan untuk memberikan bimbingan dan penyuluhan bagi pegawai dalam menciptakan tata tertib yang baik, semangat kerja, moral kerja, efisiensi, dan efektivitas kerja pegawai agar terus terjaga dan meningkat dari waktu ke waktu (Abqa & Azhari, 2022).

Survei kepuasan pelanggan dan analisis umpan balik online menjadi alat penting untuk mendengarkan suara pelanggan. Dengan memahami harapan, preferensi, dan pengalaman pelanggan, perusahaan YOU melalui Toko Duta Cosmetic Bireuen dapat terus meningkatkan kualitas layanan mereka dan merespons perubahan pasar. Dengan penuh kesadaran terhadap semua elemen ini, produk YOU berkomitmen untuk terus meningkatkan dan memberikan kualitas layanan terbaik kepada pelanggan mereka. Melalui pendekatan yang holistik terhadap pengalaman pelanggan, toko ini berharap untuk mempertahankan dan memperkuat kepercayaan pelanggan serta membangun loyalitas yang langgeng.

Dalam merinci kualitas produk YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen, analisis ini membawa kita untuk menyelami aspek-aspek esensial yang memastikan bahwa toko ini mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas produknya. Fokus diberikan pada pemahaman mendalam terkait dengan berbagai faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh toko ini. Pertama-tama, kualitas fisik produk menjadi pusat perhatian. Evaluasi ini melibatkan pemahaman sejauh mana produk YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen memenuhi atau bahkan melampaui standar industri. Pengamatan langsung terhadap kemasan, formula, dan presentasi produk membantu membentuk pemahaman yang akurat tentang kualitas fisik.

Selanjutnya, analisis bermuara pada respons pelanggan terhadap produk. Umpan balik langsung dari pelanggan dan ulasan online menjadi alat penting dalam membaca sentimen konsumen terkait dengan produk-produk YOU yang dijual di Toko Duta Cosmetic Bireuen. Aspek-aspek seperti efektivitas, kenyamanan penggunaan, dan hasil yang dihasilkan oleh produk menjadi fokus dalam mengevaluasi kualitas produk.

Aspek keberlanjutan dan etika produk juga menjadi pertimbangan dalam analisis ini. Toko Duta Cosmetic Bireuen memperhatikan apakah produk yang dijual memenuhi standar etika, misalnya, apakah produk itu *cruelty-free* atau ramah lingkungan. Ini mencerminkan kesadaran toko terhadap nilai-nilai sosial dan lingkungan yang semakin dihargai oleh konsumen. Keberlanjutan dalam inovasi produk juga menjadi bagian dari evaluasi kualitas. Sejauh mana toko ini memperkenalkan produk baru, mengikuti tren pasar, dan terlibat dalam riset dan pengembangan menjadi faktor-faktor yang memainkan peran penting dalam memastikan keberlanjutan dan relevansi produk. Penting untuk mencatat pemilihan merek dan produk yang dijual di Toko Duta Cosmetic Bireuen.

Strategi kurasi yang cermat dapat membantu membangun citra toko sebagai destinasi terkemuka untuk produk kecantikan berkualitas. Selain itu, kolaborasi dengan merek terkenal atau peluncuran produk eksklusif dapat meningkatkan daya tarik dan eksklusivitas toko. Melalui analisis ini, Toko Duta Cosmetic Bireuen dapat memastikan bahwa standar kualitas produknya tetap tinggi dan relevan dengan kebutuhan pelanggan. Dengan berfokus pada pengembangan, inovasi, dan pemeliharaan integritas merek, toko ini berusaha untuk memperkuat citra mereka sebagai destinasi utama untuk produk kecantikan berkualitas di Bireuen.

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan produk YOU di toko kosmetik, seperti Toko Duta Cosmetic, telah menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis. Pelayanan yang berkualitas dan produk yang memadai adalah dua aspek kunci yang dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Pelanggan tidak hanya mencari produk kosmetik berkualitas tinggi, tetapi juga menginginkan pengalaman belanja yang menyenangkan dan pelayanan yang ramah serta informatif.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menyelidiki hubungan antara pelayanan dan kualitas produk dengan keputusan pembelian pelanggan di berbagai sektor industri. Namun, ada kebutuhan untuk mengkaji faktor-faktor ini secara lebih spesifik dalam konteks produk YOU di Toko Duta Cosmetic Bireuen. Faktor-faktor budaya, sosial, dan ekonomi yang unik di daerah tersebut dapat memberikan hasil yang berbeda dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Wu (2011) dalam Abqa, et al. (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas layanan dan niat perilaku. Dan penelitian Abqa et al (2023) di Rumah Sakit menemukan faktor kualitas pelayanan berdampak positif kepuasan pasien. Makanya Rahayu (2019) dalam Ulkamila (2024) menyatakan kualitas pelayanan berarti pelayanan yang diberikan perusahaan mempunyai nilai jual yang lebih baik dibandingkan dengan produk perusahaan pesaing. Dan Kotler (2008) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa dari seseorang yang timbul dari menyatakan perbandingan antara hasil yang dirasakan dengan apa yang ia harapkan.

Penelitian Riyandi, Azhari, Danil (2022) di Kantor Pajak Pratama Bireuen, meneukan bahwa Kompetensi dan Kualitas pelayanan keduanya berpengaruh terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Dengan berlandaskan latar belakang tersebut, penelitian ini akan menjadi kontribusi penting dalam pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di industri kosmetik serta memberikan dasar bagi pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif.

2. Metode Penelitian

a. Metode dan Variabel Penelitian

Objek penelitian memfokuskan kepada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik YOU di Toko duta cosmetics bireuen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Marwan, dkk, 2023). Dilakukan pengujian hipotesis untuk memperoleh keputusan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode instrumen kuesioner yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

Adapun kuesioner disusun dari indikator variabelnya yang dijabarkan dalam dimensi berikut:

Tabel 1. Konsep Variabel dan Dimensi

I. VARIABEL	DEFENISI VARIABEL	INDIKATOR
Kualitas pelayanan	Merupakan ukuran pelayanan menyeluruh atas suatu pelayanan yang diterima pelanggan, dimulai dari proses pelayanan, lingkungan, sumber daya manusia, dan diakhiri dengan hasil akhir pelayanan (Sumber: Wahyudi dan Budiarti, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Reliability • Responsiveness • Assurances • Empathy • Tangibles
Kualitas produk	Merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen (Sumber: Tjiptono, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> • performance • features • reliability • conformance to specification • durability
Keputusan pembelian	Keputusan konsumen dengan peran penting faktor-faktor seperti persepsi, sikap, motivasi, budaya, dan faktor lingkungan dalam keputusan pembelian (Sumber: Kotler dan Armstrong, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Sesuai kebutuhan • Mempunyai manfaat • Ketepatan dalam membeli produk • Pembelian berulang

b. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan obyek peneliti. Dengan langkah purposif, atau pertimbangan, dan cara insidental sampling diambil sampel sesuai konsep sampling size (Marwan, 2023). Oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, hal tersebut dikarenakan belum ada jumlah data yang pasti berapa jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk kosmetik YOU di Toko Dutadi Bireuen, Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Supranto (2014) yaitu:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z^2 \alpha / 2}{e} \right]^2$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z α = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian $\alpha=5\%$ (dengan keyakinan ditentukan 95%) bernilai 1,96

e = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (di tentukan 10%)

Maka diperoleh sampel sejumlah 96 responden.

c. Alat Analisis

Alat analisis masalah menggunakan analisis regresi untuk menganalisis pengaruh 2 (dua) variabel independent terhadap variabel dependent (keputusan pembelian produk) dengan formula model regresi linier berganda, yakni: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$.

3. Hasil dan Pembahasan

a). Profil Subjek Penelitian

Toko Duta Cosmetics di Kabupaten Bireuen berada di pusat kota atau area komersial yang ramai. Lokasinya mungkin berada di sekitar jalan utama atau dekat dengan pusat perbelanjaan atau pasar tradisional. Toko tersebut dapat memiliki desain modern dengan tata letak produk yang teratur dan menarik. Area parkir yang cukup luas mungkin juga tersedia di sekitar toko untuk memudahkan pelanggan yang datang dengan kendaraan pribadi.

Di sepanjang lorong-lorong toko, pelanggan dengan berbagai usia dan gaya berbelanja berkeliling, mengambil produk yang mereka butuhkan sambil sesekali bertukar pendapat atau merekomendasikan produk kepada teman atau anggota keluarga yang menemaninya. Tidak hanya produk yang menarik perhatian pelanggan, tetapi juga suasana yang diciptakan oleh tata letak yang teratur dan pencahayaan yang menyenangkan. Musik yang diputar di latar belakang menambahkan nuansa yang lebih menyenangkan dan membantu menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Keramaian ini tidak hanya mencerminkan minat yang tinggi dalam produk-produk kosmetik yang ditawarkan oleh Toko Duta Cosmetics, tetapi juga menggambarkan hubungan yang erat antara toko dan komunitas lokal di Kabupaten Bireuen. Pelanggan datang tidak hanya untuk membeli produk, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan membangun hubungan dengan staf toko yang ramah dan informatif.

b). Hasil Penelitian

(1). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji coba validitas instrumen penelitian ini dilakukan terhadap jawaban responden dengan mengkorelasikan skor butir terhadap totalnya, Dan uji realibilitas instrument dihitung dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha* (α).

Hasil uji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

- Instrumen Variabel Kualitas pelayanan, menggunakan 5 butir pernyataan atas dasar dimensi/ indikatornya yakni *Reliability, Responsiveness, Assurances, Empathy dan Tangibles*. Menyetakan semua butir valid dengan nilai korelasi maksimum 0,92 dan terendah 0,812.
- Instrumen Variabel Kualitas produk, menggunakan 5 butir pernyataan atas dasar dimensi/ indikatornya yakni *performance, features, reliability, conformance to specification, durability*. Terbukti semua butir valid dengan nilai korelasi maksimum 0,910 dan terendah 0,863.
- Instrumen Variabel Keputusan pembelian, menggunakan 4 butir pernyataan atas dasar dimensi indikatornya yakni *sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, ketepatan dalam membeli produk dan Pembelian berulang*. Juga terbukti semua butir valid dengan nilai korelasi maksimum 0,907 dan terendah 0,883.

Sedangkan hasil uji relibitasnya dinyatakan berikut ini:

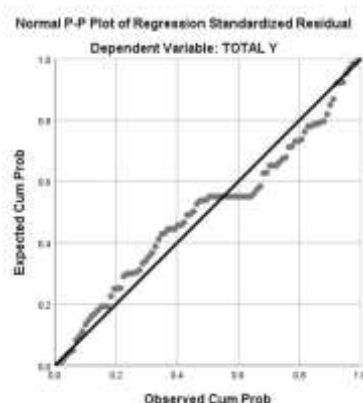
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel

No	Variabel	Jumlah pernyataan	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cut Off</i>	Ket
1	Kualitas pelayanan (X_1)	5	0,914	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X_2)	5	0,936	0,60	Reliabel
3	Keputusan pembelian (Y)	4	0,908	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk *independent variable* dan *dependent variable* memiliki nilai > 0,60. Dari hasil data yang diolah melalui SPSS dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang diteliti reliabel.

(2). Uji Asumsi Model

Ada 3 asumsi dalam model regresi yang perlu di uji. Dimulai dari uji normalitas yang hasilnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Uji Normalitas

Kurva Normal P-Plot diatas disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas karena pada grafik normal P-Plot terlihat titik – titik mendekati garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal dan menunjukkan hasil yang sangat signifikan.

Lalu uji Multikolinearitas, dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas pelayanan (X ₁)	.616	1.624
Kualitas Produk (X ₂)	.616	1.624

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 (10%) yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

c). Pembahasan: Analisis Inferensial dengan Regresi Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat. Hasil pengujian regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Analisis Jalur Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.970	.872		2.259	.026
Kualitas pelayanan	.525	.051	.484	10.332	.000
Kualitas Produk	.188	.043	.178	4.427	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan Informasi yang terdapat pada tabel diatas pada hasil regresi berganda antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang dapat diformulasikan dalam bentuk persamaan berikut ini:

(1). Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya apabila kualitas pelayanan semakin ditingkatkan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Y.O.U di Toko Duta Cosmetic Bireuen ingin meningkatkan kualitas pelayanan maka lebih memperhatikan indikator menjaga kerapihan, kesiapan karyawan dalam menangani keluhan, membuat prosedur kerja dalam semua kunjungan, cepat tanggap dalam menghadapi konsumen, jadwal kunjungan yang pasti dan memberikan perhatian dan ramah kepada semua konsumen.

Gronroos (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Faktor kualitas pelayanan menjadi salah satu penentu

meningkat atau menurunnya keputusan pembelian, karena semakin baik persepsi konsumen dalam menilai kualitas pelayanan maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat namun jika persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan buruk maka keputusan pembelian juga akan semakin rendah. Penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Aptaguna (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Arianto (2018) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan, dan menurut Kasmir (2017) kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

(2). Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya apabila Kualitas Produk semakin ditingkatkan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Y.O.U di Toko Duta Cosmetic Bireuen. Ini dapat dilakukan melalui pengawasan ketat terhadap seluruh proses produksi, pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi, serta inovasi dalam desain dan teknologi untuk menghasilkan produk yang lebih baik. Selain itu, feedback dan masukan dari konsumen juga dapat menjadi acuan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan memenuhi ekspektasi pasar

Menurut Windarti dan Ibrahim (2017) bahwa kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk kedalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuh harapan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Ernawati (2019) menyatakan bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Dan menurut Lesmana dan Ayu (2019) bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen.

(3). Analisis Secara Simultans

Dalam penelitian ini model analisis regresi yang menentukan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Adapun pembuktian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Model Uji F (Simultans)

R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
.762	148.589	2	93	.000

Berdasarkan tabel 5, hasil perhitungan yang diperoleh pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($148.589 > 2,70$), dan nilai signifikan ($sig = 0,000 < 0,05$). Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_3 diterima. Hal ini berarti bahwa artinya kualitas pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Y.O.U di Toko Duta Cosmetic Bireuen.

Hasil ini didukung juga hasil analisis korelasi dan determinasi. Uji Statistik koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji statistik koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6.

Yakni nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,873 menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 87,3%. Nilai R^2 adalah 0,762 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen kualitas pelayanan dan Kualitas Produk memberikan pengaruh terhadap Keputusan pembelian di Toko Duta Cosmetic Bireuen sebesar 76,2% sedangkan sisanya sebesar 23,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Regresi	.873a	.762	.757	1.629
a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk				
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian				

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan pada penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif terhadap Keputusan pembelian.

variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sehingga dapat diartikan bahwa Kualitas Produk memberikan dampak positif terhadap Keputusan pembelian.

Selanjutnya kualitas pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Y.O.U di Toko Duta Cosmetic Bireuen.

Daftar Pustaka

- Adhilarso, Dendy Suseno dan Suyanto, M. (2018). Media Literacy and Social Media Usage Analysis in Communication and Non-Communication Students of University of AMIKOM Yogyakarta, *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 48(2): 229 – 242.
- Annisa Ulkamila, M. Saleh, Azka Rizkina (2024). Kepuasan Nasabah Atas Layanan E-Channel (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia Provinsi Aceh), *Jurnal ekonomika Universitas Almuslim Bireuen – Aceh* XVI(1): 1-6.
- Aptaguna dan Pitaloka (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya*, Vol.3.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwati. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung. *JIMM UNIKOM*, 62-75.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2017), *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing, Ikapi Jawa Timur
- Ghazali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi-8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (2016). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Jhon Wiley and Sond, Ltd.
- Hadyanto M., Bayu, Yoestini., Nugraheni, Rini dan Kamal, (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. 4(2)
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Persepsi Masyarakat terhadap Asuransi Syariah. *Journal Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA)E Proceeding*, 2, 127–132.
- Jayadi, David. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Wom, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Manado, *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol. 2. No 1.

- Kasmir (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kodu, S. (2013). Harga, KualiatasProduk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembekian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, p.1251-1259.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*,12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mardhotillah, I. C. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Baseball Food Court *Universitas Negeri Surabaya*, 7(4), 1-16.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2014). Determinan Kualitas Layanan Akademik di STMIK Mardira Indonesia Bandung, *Jurnal Computech & Bisnis*. 8(1), 1-12.
- Marwan, Win K, Alfi S, Kamaruddin, Rahmad (2023). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method dilengkapi analisis data dengan SPSS*, Banda Aceh: Bandar Publishing. ISBN: 978-623-449-205-7
- Riyandi, Azhari, Mahyu Danil (2022). Analisis Kepuasan Wajib Pajak Berdasarkan Kompetensi Fiskus Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Kantor Pajak Pratama Bireuen), *Jurnal ekonomika* Universitas Almuslim Bireuen – Aceh, XIV(2): 23-30.
- Rizkan Abqa dan Azhari A. (2022). Analisis Kinerja Pegawai Berdasarkan Disiplin Kerja, Motivasi, Kompensasi Dan Gaya Kepemimpinan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Datu Beru Takengon, *indOmera: Jurnal Manajemen*, 3(5): 39-47. DOI: <https://doi.org/10.55178/idm.v3i5.232>
- Rizkan Abqa & Konadi W., Musrizal (2023). Analisis Kepuasan Pasien berdasarkan aspek Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal (Studi pada Pasien RSUD Datu Beru Takengon Aceh Tengah), *indOmera*, Vol 4 No 8 (September 2023), p.88-87, e-ISSN:2721-382X
- Supranto (2006). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jurnal Online Mahasiswa*. Volume 4 No. 2 Oktober 2017.