Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada PT Samawa Property Group Kabupaten Probolinggo

**1)Trivosa ApriliaNovadiani Haidiputri, 2)Novita Lidyana, 3)Rr. Setyani Hidayati**

1&3 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga Probolinggo

2Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Panca Marga Probolinggo

\*Email: novitalidyana2016@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian perumahan pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo. Populasi yang digunakan dari hasil penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli rumah pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo yang bertempat di Desa Karang Geger sejumlah 52 orang. Teknik pengambilan sampel yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel jenuh. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (2) Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (3) kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (4) kualitas produk berpengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo.

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

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on housing purchase decisions at PT. Samawa Property Probolinggo. The population used from the results of this study are consumers who have bought a house at* *PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo , who is located Karanggeger totaling 52 people. The sampling technique has been carried out using saturated samples. The method of data analysis in this study uses descriptive analysis with a quantitative approach. The results of this study indicate that: (1) The test results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decision making at PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (2) service quality has a positive and significant effect on purchasing decision making at PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (3) product quality and service quality have a simultaneous effect on purchasing decision making at PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo; (4) product quality has a dominant effect on purchasing decision making at PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo*

***Keywords*** *Product Quality, Service Quality, Purchasing Decision*

***Submited : ................... Revision : .................. Accepted : ............................***

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Kepuasan konsumen atas Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap konsumen. Pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efesien dan lebih efektif. Penggunaan dimensi kualitas pelayanan sebagai alat ukur yang diharapkan sebuah perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Dengan diketahuinya hasil pengukuran kepuasan konsumen sehingga PT Randu Putra Perkasa Nusantara Kota Probolinggo harus bisa mempersiapkan strategi yang nantinya akan diterapkan dalam rangka menciptakan Keputusan Pembelian.

Seperti saat ini kebutuhan akan properti rumah sangat-lah penting. Banyak perusahaan properti yang saling bersaing untuk merebutkan posisi pasar untuk mendapatkan hati para konsumen yang akan membeli properti rumah yang dinginkan para konsumen. Seperti PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo yang ikut meramaikan persaingan pasar.

Meningkatnya jumlah persaingan menuntut perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen supaya mengambil keputusan pembelian terhadap produk yang dikeluarkan menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Sangadji Etta Mamang, 2013)mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternativ atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah mengevaluasi keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Konsumen merupakan kunci utama dalam keberhasilan perusahaan karena apabila banyak konsumen yang membeli produk dari perusahaan tersebut maka dapat dipastikan perusahaan mengalami peningkatan yang terbukti bahwa produk yang dibuat dapat diterima oleh masyarakat luas (Harman Malau, 2018)

Dengan adanya kompetisi diantara produsen seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih yang tidak ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Dalam memasarkan produk tersebut maka bagian terpenting yang harus diperhatikan adalah kualitas yang mampu merangsang para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kualitas Produk dan Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Maka hanya perusahaan dengan kualitas yang baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil.

**Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh antara variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan dan parsial terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo? (2) Manakah yang berpengaruh dominan antara variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo?

**METODE**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 Konsumen yang telah membeli Perumahan Pada PT. Samawa Property Kabupaten Probolinggo dari tahun 2021-2023 di daerah Karanggeger. Teknik pengambilan sampel dengan cara sampel jenuh yakni dengan menggunakan seluruh populasi penelitian digunakan sebagai sampel penelitian yaitu dengan kriteria responden yang telah menempati rumah yang dibeli. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Kuesioner, dan Dokumentasi.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, karena hal ini berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dengan menggunakan statistik, dan dalam pengolahannya menggunakan SPSS 22. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis F dan t (uji simultan (F) dan parsial (t)), dan uji dominan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

## Hasil penelitian

**Uji Validitas**

Tabel 1. Data Hasil Uji Validitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **No Item** | **r hitung** | **r tabel 5%(52-2=50)** | **Keterangan**  |
| Kualitas Produk(X1) | 1 | 0.737 | 0.230 | Valid |
| 2 | 0.754 | Valid |
| 3 | 0.679 | Valid |
| 4 | 0.617 | Valid |
| 5 | 0.652 | Valid |
| Kualitas Pelayanan(X2) | 1 | 0.653 | Valid |
| 2 | 0.752 | Valid |
| 3 | 0.686 | Valid |
| 4 | 0.555 | Valid |
| 5 | 0.477 | Valid |
| Keputusan Pembelian(Y) | 1 | 0.850 | Valid |
| 2 | 0.403 | Valid |
| 3 | 0.727 | Valid |
| 4 | 0.422 | Valid |
| 5 | 0.790 | Valid |

Sumber data : diolah tahun 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Uji Reliabilitas**

Tabel 2. Data Hasil Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel**  | ***Cronbach Alpha*.** | **Kriteria** | **Keterangan** |
| Kualitas Produk (X1) | 0.716 | *Cronbach Alpha* > 0.60 maka reliabel | Reliabel  |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0.644 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0.643 | Reliabel |

 Sumber data : diolah tahun 2023

Dari tabel 2 hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) *alpha* hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria sebesar 0.60 yaitu masing-masing 0.716, 0.644 dan 0.643 lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan seluruh variabel dalam keadaan reliabel.

**Uji Multikolinearitas**

Tabel 3. Data Hasil Uji Multikolinieritas

****

Sumber data : diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai VIF variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebesar 1,518 < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi mulitkolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

 Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 1 : Hasil uji heteroskedastisitas

Sumber data : diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa gambar 1 titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

**Analisis Regresi Berganda**

**Tabel 4. Data Hasil Analisis Regresi Berganda**

|  |
| --- |
|  |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|  B | Std. Error |  Beta |  |  |
| 1 | (Constant) |  5,851 | 2,223 |  | 2,632 | ,011 |
| X1\_TOTAL |  ,380 |  ,107 | ,434 | 3,565 | ,001 |
| X2\_TOTAL |  ,367 |  ,118 | ,378 | 3,107 | ,003 |
| a. Dependent Variable: Y\_TOTAL |

Sumber data : diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 13 diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Y= a + b1 X1 + b2 X2 + e

Y= 5.851 + 0.380X1 + 0.367X2

 Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat di ketahui bahwa:

1. Besarnya nilai konstanta (a) adalah sebesar 5.851 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yan terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan = 0, maka keputusan pembelian sebesar 5.851
2. Koefisien regresi Kualitas Produk (b1) = 0.380 menunjukkan bahwa hubungan positif antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dilakukan oleh PT Randu Putra Perkasa Nusantara Probolinggo, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian rumah
3. Koefisien regresi Kualitas pelayanan (b2) = 0.367 menunjukkan bahwa hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT Randu Putra Perkasa Nusantara Probolinggo, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian rumah

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 5. Data Hasil Uji Simultan (Uji F)**

|  |
| --- |
| ANOVAa |
| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 78,208 | 2 | 39,104 | 26,804 | ,000b |
| Residual | 71,485 | 49 | 1,459 |  |  |
| Total | 149,692 | 51 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Y\_TOTAL |
| b. Predictors: (Constant), X2\_TOTAL, X1\_TOTAL |

Sumber data : diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 diketahui bahwa F hitung sebesar = 26.804 dan F tabel sebesar = 3.19 jika F hitung > F tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk (X1)dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y)

**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 6. Data Hasil Uji Parsial (Uji t)**

|  |
| --- |
| Coefficientsa |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 5,851 | 2,223 |  | 2,632 | ,011 |
| X1\_TOTAL | ,380 | ,107 | ,434 | 3,565 | ,001 |
| X2\_TOTAL | ,367 | ,118 | ,378 | 3,107 | ,003 |
| a. Dependent Variable: Y\_TOTAL |

Sumber data : diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diketahui bahwa t hitung Kualitas Produk (X1) sebesar = 3.565 dan t tabel sebesar = 2.019 jika t hitung > t tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh siginifikan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian pada tabel 6 diketahui bahwa t hitung Kualitas Pelayanan (X2) sebesar = 3.107 dan t tabel sebesar = 2.019 jika t hitung > t tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh siginifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y)

**Uji Dominan (*Standardized Beta Coefficients* )**

**Tabel 16. Data Hasil Uji Dominan (*Standardized Beta Coefficients*)**

Sumber data : diolah tahun 2023

Hasil uji dominan dengan *Standardized Beta Coefficients* sebagai berikut:

1. Koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0.434
2. Koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0.378

 Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk (X1) = 0.434 > Kualitas Pelayanan (X2) = 0.378 maka Kualitas Produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian karena mempunyai koefisien beta paling besar.

## Pembahasan

**Pengaruh Antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian**

 Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) diketahui bahwa F hitung sebesar = 26.804 dan F tabel sebesar = 3.19 jika F hitung > F tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk (X1)dan Kualitas Pelayanan (X2)secara simultan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y).maka dari itu dalam pemberian Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan harus diperhatikan agar Keputusan Pembelian semakin meningkat. Hasil ini menunjukkan hipotesis pertama dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Fhitung > Ftabel

26.804 > 3.19

Keputusan Pembelian (Y)

Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Produk (X1)

 Gambar 2 : Hipotesis 1

 Sumber data : data diolah tahun 2023

**Pengaruh Antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian**

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa t hitung Kualitas Produk (X1) sebesar = 3.565 dan t tabel sebesar = 2.019 jika t hitung > t tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Produk (X1) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y). Untuk itu Kualitas Produk harus benar-benar dijaga dan dikembangkan, agar Keputusan Pembelian semakin meningkat. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis kedua dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2015), Sejati (2016), dan Amilia (2017) yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk pengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa t hitung Kualitas Pelayanan (X2) sebesar = 3.107 dan t tabel sebesar = 2.019 jika t hitung > t tabel maka Ho di tolak dan Ha di terima artinya ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y). Untuk itu Kualitas Pelayanan harus benar-benar dijaga, agar Keputusan Pembelian semakin meningkat. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis kedua dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sejati (2016) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan pengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.

t hitung  > t tabel

Kualiatas Produk (X1)

Keputusan Pembelian (Y)

3.565 > 2.019

Kualiatas Pelayanan (X2)

t hitung  > t tabel

3.107 > 2.019

Gambar 3 : Hipotesis 2

 Sumber data : diolah tahun 2023

**Variabel Dominan**

 Kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian karena mempunyai koefisien beta paling besar. Hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga dapat diterima dan terbukti yaitu bahwa variabel Kualitas Produk menunjukkan variabel dominan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sejati (2016).

0.434 > 0.378

Kualitas Produk (X1) B

(0.434)

Keputusan Pembelian (Y)

Kualiatas Pelayanan (X2) B (0.378)

B. X1 > B. X2

 Gambar 4 : Hipotesis 3

 Sumber data : diolah tahun 2021

**KESIMPULAN**

Simpulan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap PT. Samawa Property Kabupaten ProbolinggoProbolinggo sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y) Pada PT. Samawa Property Kabupaten ProbolinggoKota Probolinggo
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Y) Pada PT. Samawa Property Kabupaten ProbolinggoKota Probolinggo
3. Variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh dominan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada PT. Samawa Property Kabupaten ProbolinggoKota Probolinggo, dengan memiliki nilai Beta yang besar

**DAFTAR PUSTAKA**

Ashal, L. A. (2015). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit. le*.

Atmaja Jaka. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Universitas Bina Sarana Informatika.*

Daryanto, S. I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Harman Malau. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Lubis Akrim Ashal, 2015. *Jurnal Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit.* Medan

Nayumi Sellinnia, 2020. *Pengaruh Country of Origin Image, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Mall Kelapa Gading*. Jakarta Utara.

Putri Larasati Yulia, Utomo Hardi. (2017). *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelangggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi persepsi pada pelanggan dian com ambarawa).*

Sangadji Etta Mamang, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: CV Andi Offset.

Sejati Bayu Sutrisna Ari, 2016. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sturbuck.* Surabaya: STIESIA,

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung