

# **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar**

Astrid Fani Ajib <sup>1</sup>, Annas Priadi<sup>2\*</sup>, Mukhlis Sufri<sup>3</sup>, Ajmal As'ad<sup>4</sup>  
[Faniajibastrid@gmail.com](mailto:Faniajibastrid@gmail.com) <sup>1</sup>, [annas.plyriadi@umi.ac.id](mailto:annas.plyriadi@umi.ac.id)<sup>2\*</sup>, [mukhlis.sufri@umi.ac.id](mailto:mukhlis.sufri@umi.ac.id) <sup>3</sup>,  
[ajmalasad@umi.ac.id](mailto:ajmalasad@umi.ac.id)<sup>4</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia<sup>2\*,3,4</sup>

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara empiris antara Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, yang menggunakan data primer. sampel penelitian ini yaitu Pelanggan Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani yang berjumlah 100 orang. Uji hipotesis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji instrumen, dan analisis regresi linear Berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian Pada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar, dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian Pada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar.

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

 is work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## **Pendahuluan**

Dengan semakin ketatnya persaingan di dunia usaha yang menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, perusahaan harus bekerja keras dalam mempertahankan loyalitas konsumennya. Karena itu merupakan suatu hal penting yang harus tetap dilakukan oleh perusahaan. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan, karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa mencapai lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Proses ekonomi tidak terlepas dari proses jual-beli, setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, salah satu faktor pendukung yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian selanjutnya adalah keputusan pembelian. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Peningkatan kualitas produk yang sesuai diharapkan mampu menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk mereka, sehingga mampu memberikan profit

yang cukup menguntungkan bagi perusahaan dan dapat menaikkan level perusahaan ke level perusahaan ke arah yang lebih baik serta diharapkan dapat meningkatkan daya keputusan pembelian konsumennya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya yang menjual produk yang sama.

Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai ujung tombak jika digunakan akan terlihat ujung tombaknya dalam menembus tepat pada pasar sasarnya. Dengan demikian, jelas bahwa bauran pemasaran mewakili strategi pemasaran untuk mengembangkan keuntungan kompetitif dan rencana untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan demi laba, return of investment, peningkatan laba penjualan, dan menguasai pasar. Jadi strategi bauran pemasaran dalam suatu usaha dapat diandalkan wirausaha untuk menarik minat konsumen dalam meningkatkan laba penjualan dan mampu bertahan dalam persaingan. Data diatas menjelaskan aspek-aspek yang harus dipunyai bagi pebisnis untuk memulai usahanya. Dalam hal pembahasan hampir sama dengan penelitian yang akan dibahas.

Salah Satu yang penting dalam bauran pemasaran yakni Kualitas produk, kualitas Produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2016). Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Pisang Goreng Nugget merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri kuliner dengan produk unggulan berupa aneka produk pisang olahan dengan berbagai macam rasa. Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan selera dan dapat diterima oleh masyarakat. Munculnya usaha-usaha kuliner baru yang menyediakan menu aneka produk dengan variasi yang beragam dengan keunggulan masing-masing membuat pilihan konsumen terhadap produk pisang goreng nugget menjadi bertambah banyak. Selain itu masih adanya konsumen yang mengeluhkan mengenai sedikitnya porsi yang disajikan. Hal tersebut membuat perusahaan harus mampu menganalisis permintaan masyarakat terhadap produk, apakah produk sudah sesuai dengan permintaan masyarakat atau belum.

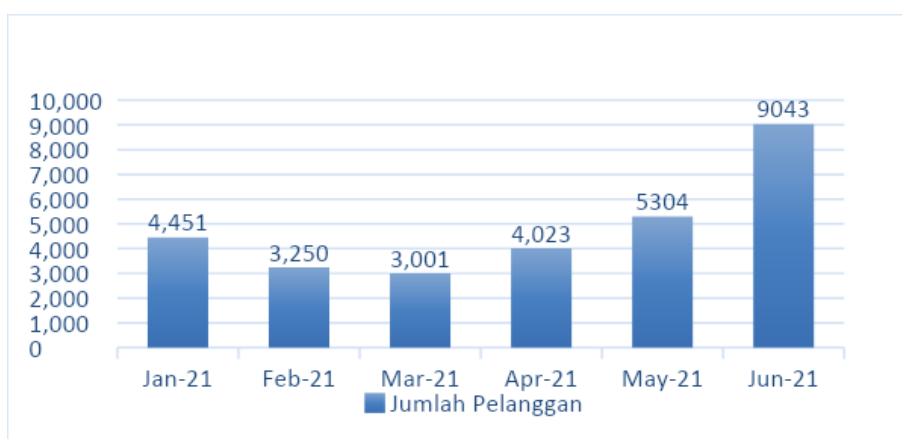
Selain itu suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya (Assauri, 2015).

Keputusan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan tumbuh kembang perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis makanan merupakan bisnis yang berdasarkan azas masalah kualitas layanan (service quality), dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2010).

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh

Parasuraman, Berry dan Zenthaml, terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty dan Tangibles (Arikunto:2013) Usaha Pisang Goreng Nugget awalnya didirikan pada bulan April tahun 2009 dengan menggunakan satu gerobak di jalan A. P. Pettarani. Pada tahun yang sama, usaha pisang goreng nugget sempat vakum selama enam bulan karena kurangnya respond pasar dan produk dianggap gagal. Pada tahun 2010, usaha pisang goreng nugget kembali dirintis dalam bentuk warung kopi dengan fasilitas wifi. Pada tahun yang sama usaha pisang goreng nugget berkembang karena pada saat itu di Kota Cabang Pettarani sedang tredn usaha panganan berbahan dasar pisang, mulai dari pisang kipas, pisang medan, tak terkecuali pisang goreng nugget.

Pada tahun 2011, untuk pertama kalinya usaha Pisang Goreng Nugget membuka cabang di jalan Hasanuddin, Cabang Pettarani. Seluruh aset cabang jalan Hasanuddin dibeli dengan status kepemilikan penuh. Pada tahun yang sama juga, Pisang Goreng Nugget membuka dua cabang lainnya di jalan Sultan Alauddin, Makasssar dan di Gowa. Tahun – tahun berikutnya usaha Pisang Goreng Nugget terus berkembang. Tahun 2012, Pisang Goreng Nugget membuka cabang di Bumi Tamalanrea Permai (BTP) dan menyusul pada tahun 2015 membuka cabang di Daya, Cabang Pettarani. Omset usaha Pisang Goreng Nugget pada awal beridir tahun 2011 adalah sebesar 30 juta rupiah per hari dan terus mengalami peningkatan sampai sekarang. Pada semester awal pimpinan cabang mengatakan saat ini kondisi Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani tiga bulan terkhir mengalami peningkatan walaupun pada tiga bulan sebelumnya mengalami penurunan yang salah satunya akibatkan karna adanya pebatasan sosioal oleh pemerintah sehingga berdampak pada penerunan jumlah pelanggan harian di Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani akan tetapi setelah itu kembali membaik sering di longgarkannya pembatasan sosial oleh pemerintah setempat. Adapun data kunjungan di Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani dapat dilihat pada tabel berikut ini :



Gambar 1. Grafik Konsumen  
(Sumber: Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani 2022)

Melihat jumlah pelanggan 6 bulan terakhir dari Januari 2021 sampai dengan Juni 2021 pada awal tahun mengalami penurunan pelanggann hingga 3 bulan pertaman. Pada bulan April 2021 kembali mengalami peningkatan hingga pada bulan juni 2021. Selanjutnya Berdasarkan hasil wawancara awal dengan salah satu pimpinan cabang, Perkembangan penjualan Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani walaupun mengalami penurunan di awal tahun 2021 yang diakibatkan dari pembatasan sosial guna menekan angka kasus Covid 19 akan tetapi pada bulan bulan april hingga Juni 2021 sudah menunjukkan tren kenaikan pelanggan. Menurut salah satu pimpinan walaupun dimasa sulit ini tidak lepas dari pelayanan yang maksimal dari karyawan untuk pelanggan yang ingin membeli produk di outlet kami maupun yang melakukan pembelian secara daring

melalui aplikasi.

Dari hasil pengumpulan data pra survey, peneliti menemukan sebuah fenomena penerapan Kualitas Produk oleh penjualan Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani dalam strategi pemasarannya. Data tersebut didapat dari hasil wawancara dengan pemilik Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani yang mengatakan bahwa konsep pemasarannya lebih menekankan kepada kualitas produk dan jasa yang berkualitas dengan suguhan pelayanan yang terbaik. Di samping itu, Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani juga menghadirkan suasana tempat yang nyaman desain interior yang menarik. Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan 15 orang konsumen, dimana mereka semua mengatakan bahwa hal yang membuat mereka datang ke Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani adalah kualitas produk yang baik, serta pelayanan yang baik.

Dalam Penelitian Ernawati (2019). Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang di lakukan Laila Putri & Nasikah (2021). Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Saputra & Ardani (2020) Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang di lakukan Laila Putri & Nasikah (2021) hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan penjelasan pendahuluan maka dapat diperoleh hipotesis pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani.
2. Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani.

## **Metode Analisis**

Penelitian ini akan dilakukan di Penelitian ini akan dilakukan di Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar. Adapun waktu penelitian dimulai pada Bulan April 2022 Hingga Bulan Mei 2022.. Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Proses penyebaran hingga pengumpulan data dilakukan kurang lebih selama satu bulan. Terdapat 100 kuesioner yang disebar oleh peneliti. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu Kualitatif dan kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis yang telah dikemukakan dalam penelitian. Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS untuk melakukan pengujian regresi linear dengan memasukkan hasil evaluasi dan pengukuran variabel yang akan diuji.

## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam Penelitian ini, data yang dikumpulkan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Telah dilakukan langkah awal data untuk menilai keakuratan dan kelayakan data penelitian ini. Adapun hasil sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Realibilitas
  - a. Uji Validitas

Uji validitas dihitung dengan melihat dari angka corrected item-total correlation, dengan ketentuan syarat dikatakan valid apabila memiliki nilai corrected item total correlation  $> 0,30$ . Hasil pengujian validitas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Ket.
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,720	0,000	Valid
	X1.2	0,826	0,000	Valid
	X1.3	0,816	0,000	Valid
	X1.4	0,817	0,000	Valid
	X1.5	0,750	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,808	0,000	Valid
	X2.2	0,721	0,000	Valid
	X2.3	0,721	0,000	Valid
	X2.4	0,802	0,000	Valid
	X2.5	0,841	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,804	0,000	Valid
	Y2	0,782	0,000	Valid
	Y3	0,729	0,000	Valid
	Y4	0,760	0,000	Valid
	Y5	0,726	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2022

Data pada Tabel 1, menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi atau nilai corrected item total correlation yang lebih besar dari 0,30 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator variabel penelitian ini adalah valid.

#### b. Uji Reabilitas

Pengujian ini menggunakan metode statistik Cronbach Alpha dengan nilai sebesar 0,60. Apabila Cronbach Alpha dari suatu variabel  $\geq 0,6$  maka butir pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut adalah reliabel atau dapat diandalkan, dan sebaliknya jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,6$  maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Pengujian Realibitas

Variable	Cronbach's Alpha	$>0,600$	Ket.
Kualitas Produk (X1)	0,847	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,838	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,818	0,600	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2022

Data tersebut pada Tabel 2 yakni hasil pengujian reliabilitas dalam tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai Cronbach's Alpha yang cukup besar yaitu  $> 0,600$  sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,224	,163		1,377	,172
	Kualitas Produk	,512	,070	,540	7,287	,000
	Kualitas Pelayanan	,418	,075	,416	5,608	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Data primer diolah menggunakan SPSS, 2022

Dari hasil analisis dengan bantuan SPSS 25.0 yang ada diatas maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,224 + 0,512X_1 + 0,418X_2$$

a. Konstanta (a)

Konstanta sebesar 0,224 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) maka Keputusan Pembelian (Y) naik sebesar 0,224

b. Kualitas Produk (X1)

Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0,512. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini menunjukkan bahwa ketika Kualitas Produk (X1) meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,512.

c. Kualitas Pelayanan (X2)

Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah sebesar 0,418. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini menunjukkan bahwa ketika Kualitas Pelayanan (X2) meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,418.

## 3. Uji t (Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), Jika nilai probabilitas t-statistic lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$  atau 5% maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai probabilitas t-statistic lebih kecil dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$  atau 5% maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Uji Parsial (t-test)

<b>Variabel</b>	<b>t</b>	<b>Prob.</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Produk (X1)	7,287	,000	0,05	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X2)	5,608	,000	0,05	Signifikan

Data primer diolah menggunakan SPSS, 2022

Dari Tabel 4, diketahui tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut akan dijelaskan secara parsial pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y):



- a. Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai t-hitung Kualitas Produk (X1) sebesar 7,287 yang menunjukkan bahwa arah koefisien positif, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 menyebabkan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian (Y) pada Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani.
- b. Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai t-hitung Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 5,608 yang menunjukkan bahwa arah koefisien positif, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 menyebabkan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian (Y) pada Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani.

#### 4. R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam penelitian menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,918 <sup>a</sup>	,842	,839	,22721
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

Data primer diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 5, besarnya nilai R-squared adalah 0,843. Hal ini menunjukan Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 84,2%. Sedangkan sisanya 15,8% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel penelitian seperti Harga dan Promosi.

#### 5. Uji Statistik F

Tabel 6. Hasil Uji F

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,752	2	13,376	259,097	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5,008	97	,052		
	Total	31,760	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

Data primer diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 6 menunjukkan bahwa dari uji F test nilai F hitung sebesar 259,097 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai probabilitas (p-value) 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## Pembahasan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah di uraikan diatas, berikut pembahasan mengenai Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan

Pembelian (Y):.

#### *Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)*

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan hasil variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian dapat dikatakan Kualitas Produk merupakan salah satu faktor penentu meningkat dan turunnya Keputusan Pembelian. Dalam menentukan keputusan konsumen ditentukan dengan kualitas produk. Dimana dalam menjalankan suatu usaha produk maupun jasa yang di jual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas, perusahaan harus perlu terus meningkatkan kualitas produknya. Jika kualitas produk Pisang Goreng Nugge bagus dan berkualitas baik dari segi bahan baku ataupun pengemasannya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk Pisang Goreng Nugget.

Dapat diketahui dari kuesioner yang dibagikan oleh peneliti bahwa rata-rata dari indikator berada pada kategori baik dengan kata lain kebanyakan dari Pelanggan menyatakan setuju dari pernyataan yang di ajukan. Pernyataan tertinggi pada hasil deskripsi yaitu Produk yang di tawarkan mempunyai kelebihan khusus dengan produk lainnya. Hal ini berarti Produk yang ditawarkan pada pelanggan berbeda atau mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan perusahaan yang menawarkan produk yang serupa, dengan adanya keunikan tersebut akan membuat suatu produk yang dihasilkan akan selalu diingat dan memiliki tempat di hati konsumennya

Dalam penelitian Putri & Nasikah(2021), Merente, Lopian, & Soegoto (2017) dan Dianingtyas, Widarko & Slamet (2020) menemukan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### *Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)*

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan hasil variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian dapat dikatakan Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu meningkat dan turunnya Keputusan Pembelian.

Dapat diketahui dari kuesioner yang dibagikan oleh peneliti bahwa rata-rata dari indikator berada pada kategori baik, dengan kata lain kebanyakan dari Pelanggan menyatakan setuju dari pernyataan yang di ajukan. Pernyataan tertinggi pada hasil deskripsi yaitu Memberikan perhatian secara khusus kepada Pelanggan. Hal ini berarti dengan memberikan perhatian lebih kepada setiap pelanggan, pelanggan tidak hanya puas dari sisi produk yang ditawarkan tetapi dari pelayanan yang diberikan. Pelanggan juga bisa semakin percaya dan merasa dipahami yang berarti pelanggan akan semakal loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Dama penelitian Saputra & Ardani (2020), Aryandi & Onsardi (2020) dan Maharani (2020) menemukan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitan pada bab sebelumnya maka simpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti Kualitas Produk merupakan salah satu faktor penentu meningkat dan turunnya Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu meningkat dan turunnya Keputusan Pembelian.

Saran

Berdasarkan Simpulan di atas maka saran yang dapat di berikan pada penelitian ini



adalah sebagai berikut:

1. Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani perlu menambah item-item produk sehingga dapat melengkapi ketersediaan produk di toko dan menjadi nilai tambah karena beragamnya produk yang di tawarkan sehingga pelanggan tidak bosan dalam membeli produk yang di tawarkan.
2. Dalam variabel kualitas pelayanan indikator kedua yakni Proses Transaksi yang cepat adalah yang terendah maka dari itu pihak Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani dapat lebih mempercepat lagi proses dalam transaksi dengan memperbaharui alat kasir yang lebih moderen sehingga pelanggan tidak butuh waktu lama dalam proses transaksi
3. Bagi peneliti yang akan datang meneliti pada permasalahan yang sejenis, diharapkan menambahkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, seperti orang, proses, bukti fisik dan variabel lainnya.

## Referensi

- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dianingtyas, M., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kafe Om. Kopi Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(02).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Kotler, P and Kevin L. K, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *iqtishadEQUITY*, 2(1).
- Merentek, Y. F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2017). Pengaruh kualitas produk, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kfc bahu mall manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Putri, E. B., & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Torabika Coffe Pt Cipta Niaga Semesta (Mayora Group) Di Punggur. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(4), 784-795.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Tjiptono, F. 2010, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset, Yogyakarta.