

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. KARYA FURNINDO MODERN

Citra Eva Christine¹; Andre Fitriano²; Riandi Halim³; Steven⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}

E-mail : christineevacitraa@gmail.com¹; andrefitriano@unprimdn.ac.id²;
riandihalim82@gmail.com³; stevenwijaya666666@gmail.com⁴

ABSTRAK

Peneliti mengambil objek penelitian pada PT. Karya Furnindo Modern, disebabkan Karena pembelian yang lebih sedikit, PT. Karya Furnindo Modern menjadi subjek penelitian. Pilihan pembelian didasarkan pada perasaan diri konsumen. Ini ialah studi kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif-eksplanatif sesuai dengan tujuannya. Populasinya ialah 149 pelanggan perusahaan, dan sampelnya ialah 109 orang dari rumus Slovin. Tiga puluh konsumen dari perusahaan yang sama dipergunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas. Keputusan Pembelian = 5,580 + 0,261 Kualitas Produk + 0,382 Kualitas Layanan + 0,625 Harga. Kualitas produk, kualitas layanan, dan harga beri dampak pilihan pembelian PT Modern Furnindo. Hasil penelitian menemukan bahwasannya kualitas produk, kualitas layanan, dan harga beri dampak PT. Pilihan pembelian Furnindo Modern. Adjusted R Square sebesar 0,412, mempertunjukkan variabel bebas beri dampak variabel terikat sebesar 41,2% dan variabel bebas lainnya sebesar 58,8%.

Kata kunci : Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Harga; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Researchers took the object of research at PT. Karya Furnindo Modern, due to fewer purchases, PT. Furnindo Modern's work became the subject of research. Purchase choices are based on the consumer's sense of self. This is a quantitative study. This research is descriptive and quantitative. This research is descriptive-explanative in accordance with its objectives. The population is 149 customers of the company, and the sample is 109 people from the Slovin formula. Thirty consumers from the same company were used to assess validity and reliability. Purchase Decision = 5.580 + 0.261 Product Quality + 0.382 Service Quality + 0.625 Price. Product quality, service quality, and price have an impact on PT Modern Furnindo's purchase choice. The results of the study found that product quality, service quality, and price had an impact on PT. Modern Furnindo purchase options. Adjusted R Square is 0.412, showing that the independent variable has an impact on the dependent variable by 41.2% and other independent variables by 58.8%.

Keywords: Product Quality; Service Quality; Price; Purchase Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pendahuluan

Banyak orang sekarang membeli furnitur untuk memenuhi kebutuhan rumah mereka. Furnitur untuk menghiasi rumahnya. Jadi produsen furnitur melihat prospeknya. PT. Karya Furnindo Modern mendistribusikan barang-barang rumah tangga termasuk sofa dan lemari. Bapak Idris mendirikan perusahaan ini pada tahun 2014 di Jalan Irian Barat No. 434 Desa Sampali, Kec. PT. Karya Furnindo Modern ingin berkembang tetapi penjualannya tidak terduga. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, termasuk pengeluaran konsumen yang lebih sedikit. Korporasi secara rutin meleset dari tujuan penjualannya. Penurunan pendapatan perusahaan akan merusak masa depannya. Pilihan pembelian konsumen menurunkan pendapatan perusahaan. Kualitas barang perusahaan dapat beri dampak pilihan pembelian pelanggan.

Kualitas produk ialah seberapa baik pembeli menilai produk atau jasa. Dimensi apa yang dipergunakan pelanggan untuk menilai kinerja produk? Barang yang berkualitas baik akan banyak diminati oleh pelanggan seiring dengan meningkatnya kualitas produk. Barang bagus PT. Karya Furnindo Modern kurang bagus karena pembeli sering menemukan barang-barang yang mudah rusak, seperti kaki sofa, dan sofa kulit yang baru dipakai 1 sampai 2 tahun. Ini mengurangi minat pelanggan pada penawaran perusahaan.

Kualitas layanan juga beri dampak pembelian. Kualitas pelayanan yang baik akan diminati oleh pelanggan, yang akan lebih nyaman bertransaksi dengan perusahaan, beri dampak pilihan pembelian mereka. Banyak konsumen yang melaporkan bahwasannya PT. Pekerja Karya Furnindo Modern tidak ramah dan memperlakukan klien dengan kasar. Pengiriman yang lama dan kesalahan yang sering terjadi selama pengiriman membuat pelanggan frustrasi dan bingung, sehingga mengurangi pilihan pembelian mereka.

Harga juga akan beri dampak pilihan pembeli. Harga ialah biaya moneter yang dibayar pelanggan untuk membeli, memiliki, dan mempergunakan komoditas dan layanan produk. Penetapan harga beri dampak minat pelanggan untuk membeli suatu produk. Pelanggan korporat tidak menginginkan barang murah dan berkualitas tinggi. Perusahaan membebankan banyak biaya untuk barang-barang mereka. Diskon harga

juga kecil dibandingkan dengan pesaing perusahaan, menyebabkan pelanggan memilih untuk membeli barang dari tempat lain. Proses keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka (Kotler & Kevin Lane Keller dalam Sariipudin, et al. 2019)

Berlandaskan definisi riset fundamental sebelumnya, penulis membuat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Furnindo Modern”

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Teori Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Abdullah dan Tantri (2015) menyatakan pelanggan tidak akan senang jikalau suatu produk berkinerja buruk. Ketika itu melampaui harapan, pelanggan senang. Ini akan mempengaruhi pembelian ulang.

2 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Suchaeri (2012) menyatakan orang akan senang dengan layanan ini. Mereka akan membeli lagi.

3 Teori Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Suchaeri (2012) menyatakan orang akan senang dengan layanan ini. Mereka akan membeli lagi.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Riset ini melibatkan 149 orang. Riset ini mempergunakan teknik basic random sampling, Sampel seleksi menyediakan 109 orang di luar tes yang sah, sebanyak 30 orang.

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dipergunakan yakni kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Riset ini melibatkan survei, wawancara, dan makalah konsumen.

Uji Validitas

Ghozali (2016) membandingkan r dengan r_{tabel} dengan DOF $(n-2)$. Jikalau ditaksir $r > 0,361$, maka pertanyaan atau pernyataan tersebut benar.

Uji Reliabilitas

Priyatno (2013) menyatakan alat ukur dapat diandalkan Jikalau mendeteksi gejala yang sama dari waktu ke waktu. Alat tepercaya memiliki hasil yang sama yakni Alpha Cronbach vali.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

- a. Bila signifikansi $> 0,05$, berarti distribusi normal dan H_0 diterima.
- b. Bila signifikansi $< 0,05$, berarti distribusi data tidak normal atau H_a diterima.

Uji Multikolinieritas

Perhatikan nilai toleransi dan VIF untuk menetapkan multikolinieritas. Toleransi 0.10 atau VIF 10 mempertunjukkan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Jikalau nilai Asymp. sign $> 0,05$, maka data tidak mempertunjukkan heteroskedastisitas $|Ut| = \alpha + \beta X_t + vt$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

109 klien PT. Karya Furnindo Modern disurvei. Kualitas Produk berkisar antara 14-38, dengan rata-rata 28,9083 dan standar deviasi 4,14894. Karakteristik kualitas layanan bervariasi dari 18-42, dengan rata-rata 31,0367 dan SD sebesar 5,01281. Variabel harga terendah ialah 7, dan tertinggi ialah 20, dengan rata-rata 13,4312 dan standar deviasi 3,07429. Variabel Keputusan Pembelian berkisar antara 17-44, rata-rata 33,3761 dan menyimpang dari 5.79877.

Uji Normalitas

Dari gambar menampilkan garis lurus berbentuk lonceng. Data tersebut diberikan secara berkala. Grafik mempertunjukkan garis lurus berbentuk lonceng. Hal ini mempertunjukkan bahwasannya terdistribusi normal.

Grafik tersebut mempertunjukkan penyebaran data secara diagonal terdistribusi normal.

nilai K-S ialah 0,083 dengan sign. 0,064. Karena signifikansi $> 0,05$, H_1 diterima, yang berarti data residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pada tabel, VIF X1 ialah 1,336, X2 1,504, dan X3 1,182, yang < 10 , dan Tolerance X1 0,748, X2 0,665, dan X3 0,846, yang $> 0,10$. Ini tidak mempertunjukkan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Titik-titik gambar tersebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y. Tidak ada heteroskedastisitas sehingga model regresi dapat dipergunakan.

Tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak ada koefisien regresi variabel bebas yang signifikan secara statistik ($\text{sig} > 0,05$).

Analisis persamaan regresi linier

Dari tabel hasil persamaan regresi linear berganda ialah :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 5,580 + 0,261 \text{ Kualitas Produk} + 0,382 \text{ Kualitas Pelayanan} \\ + 0,625 \text{ Harga}$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna .

1. Jikalau X1, X2, dan X3 semuanya 0, Keputusan Pembelian akan bernilai 5.580 unit.
2. Variabel X1 adalah 0,261, oleh karena itu untuk setiap kenaikan 1 unit pada X1, nilai Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,261, dengan asumsi variabel lainnya tidak berubah.
3. Variabel X2 adalah 0,382, maka untuk setiap kenaikan 1 unit pada X2, nilai Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,382 unit, dengan asumsi variabel lainnya tidak berubah.
4. Variabel X3 adalah 0,625, oleh karena itu untuk setiap kenaikan 1 unit pada X3, nilai Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,625 unit (dengan asumsi variabel lain tetap).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel tersebut menampilkan korelasi atau asosiasi (R) antara X1, X2, dan X3 dengan Y, khususnya Adjusted R Square sebesar 0,412, yang mempertunjukkan bahwasannya terdapat dampak variabel independen (X1, X2, dan X3) terhadap variabel dependen (Y) ialah 41,2%. Hal ini mempertunjukkan bahwasannya variabel bebas hanya dapat memaparkan 41,2% dari variasi variabel terikat (citra merek, saluran distribusi, dll) yang tidak termasuk dalam riset ini.

Pengujian Hipotesis Uji-F

Jikalau $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,176 > 2,70$), H_1 diterima. Karena $F > F_{tabel}$ dan $Substansial < 0,05$ maka terdapat dampak positif yang cukup besar antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Karya Furnindo Modern

Pengujian Hipotesis Uji-t

Pada Tabel IV. 15, hasil uji parsial diperoleh hasil:

Pada tabel hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X1 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,190 > 1,98260$) dan signifikian $0,031 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Kualitas Produk secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Karya Furnindo Modern.

Variabel X2 diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,649$, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,649 > 1,98260$), dan signifikan $0.000 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Karya Furnindo Modern

Variabel X3 diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,127$, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,127 > 1,98260$), dan signifikan $0.000 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Harga secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Karya Furnindo Modern.

KESIMPULAN

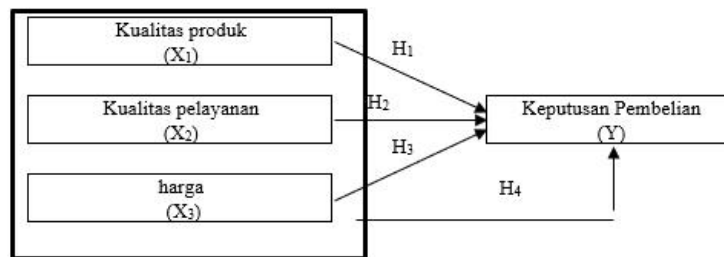
1. Pengujian X1 berdampak positif dan signifikan terhadap Y PT. Karya Furnindo Modern
2. Pengujian X2 berdampak positif dan signifikan terhadap Y PT. Karya Furnindo Modern
3. Pengujian X3 berdampak positif dan signifikan terhadap Y PT Central Proteina Prima
4. Pengujian X1, X2, dan X3 berdampak dan signifikan terhadap Y pada PT. Karya Furnindo Modern secara simultan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2015). Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Rajawali Pers
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Indeks, New Jersey

- Laksana, F. (2016). Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis.Ed.1, Cetakan Pertama.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nitisusastro, D. H. M. (2013). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan .Cetakan Kedua. CV. Alfabeta.
- Tjipotono, F. (2017). Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima. Cetakan Pertama. Andi Offset
- Tanady, E. S. & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tokopedia di jakarta. Program Studi Manajemen. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M. & Walangitan, O. (2019). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pada pembelian pt. Shopee international indonesia di kota manado. Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi
- Siti, L. N., Limbong, C. H. L., Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhan Batu
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.

TABEL DAN GAMBAR



Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas_Produk	109	14.00	38.00	28.9083	4.14894
Kualitas_Pelayanan	109	18.00	42.00	31.0367	5.01281
Harga	109	7.00	20.00	13.4312	3.07429
Keputusan_Pembelian	109	17.00	44.00	33.3761	5.79877
Valid N (listwise)	109				

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.38611491
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.045
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	5.580	3.405			1.639	.104		
	Kualitas_Produk	.261	.119	.187		2.190	.031	.748	1.336
	Kualitas_Pelayanan	.382	.105	.330		3.649	.000	.665	1.504
	Harga	.625	.151	.331		4.127	.000	.846	1.182

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Gambar 4. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	6.695	2.056			3.257	.002		
	Kualitas_Produk	-.043	.072	-.067		-.602	.549	.748	1.336
	Kualitas_Pelayanan	-.060	.063	-.112		-.947	.346	.665	1.504
	Harga	-.010	.091	-.011		-.107	.915	.846	1.182

a. Dependent Variable: abs

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	5.580	3.405			1.639	.104		
	Kualitas_Produk	.261	.119	.187		2.190	.031	.748	1.336
	Kualitas_Pelayanan	.382	.105	.330		3.649	.000	.665	1.504
	Harga	.625	.151	.331		4.127	.000	.846	1.182

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Tabel 6. Nilai Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.412	4.44833

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Tabel 7. Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1553.874	3	517.958	26.176	.000 ^b
	Residual	2077.704	105	19.788		
	Total	3631.578	108			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Tabel 8. Hasil Uji-t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.580	3.405		1.639	.104		
	Kualitas_Produk	.261	.119	.187	2.190	.031	.748	1.336
	Kualitas_Pelayanan	.382	.105	.330	3.649	.000	.665	1.504
	Harga	.625	.151	.331	4.127	.000	.846	1.182

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

GAMBAR

