

# Peran Kualitas Produk, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Usaha Produk Mayang Collection Di Pasuruan

**Luthfia Bilqis Sabrina**  
**192010200364**

**Dosen Pembimbing**  
**Dewi Komala Sari S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS, HUKUM & ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**  
**2023**

# Pendahuluan

Bisnis penjualan pakaian sekarang ini memang semakin berkembang. Ini terbukti dengan semakin banyaknya mall, toko, outlet, distro, butik, dan lain sebagainya yang menjual berbagai jenis pakaian. Keputusan pembelian produk jika dilihat secara sepintas tampak seperti aktivitas yang sederhana. Namun jika dicermati lebih lanjut ternyata keputusan pembelian merupakan suatu proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh beberapa factor

Objek penelitian ini dilakukan pada Produk Mayang Collection yang menjual aneka busana wanita seperti gamis, kebaya, celana dan lain-lain. Toko atau outlet Mayang Collection berada di Kota Pasuruan, terkait penjualan dan keputusan pembelian konsumen produk Mayang Collection, dari tahun 2019 hingga 2022 mengalami fluktuatif. Pada saat pandemi Covid 19, penjualan produk mengalami penurunan, namun pada setelah pandemi dan era new normal, penjualan mengalami peningkatan

# Rumusan Masalah

**Rumusan Masalah** : Bagaimana kualitas produk, *service quality*, dan *price* berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang Collection di Pasuruan?

**Pertanyaan Penelitian** : Apakah kualitas produk, *service quality*, dan *price* berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang Collection di Pasuruan?

**Tujuan Penelitian** : Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, *service quality*, dan *price* terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang Collection di Pasuruan

**Katagori SDGs** : Sesuai katagori SDGs ke-12 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau yang dikenal dengan sebutan SDGs memiliki tujuan memastikan pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan. SDGs dalam universitas berfokus pada penggunaan sumber daya yang efisien dan meminimalkan pemborosan.

# Literature review

## **Kualitas Produk**

- Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya berdasarkan keunggulan yang disesuaikan dengan kemampuan yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan

## *Service Quality*

- Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan

# Literature review

## *Price*

- Harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

## **Keputusan Pembelian**

- Keputusan pembelian adalah perilaku pembeli konsumen mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi

# Hipotesis Penelitian

- H1** : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk mayang collection di Pasuruan
- H2** : *Service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk mayang collection di Pasuruan
- H3** : *Price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk mayang collection di Pasuruan

# Metode Penelitian



Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif  
Pengumpulan data menggunakan kuisisioner



Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Mayang  
Collection Pasuruan  
Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling  
Sampel sebanyak 100 responden



variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), *Service quality* (X2), *Price* (X3),  
variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y)  
Analisa data menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis

# Hasil Penelitian

## Profil Responden

Berdasarkan kriteria sampel penelitian ada sebanyak 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu pelanggan Mayang Collection Pasuruan. Hasil uji karakteristik responden diperoleh data bahwa lebih dari seluruh responden atau pelanggan Mayang Collection Pasuruan berjenis kelamin perempuan (100%) atau sebanyak 100 responden. Kemudian sebagian besar responden atau pelanggan Mayang Collection Pasuruan berumur 31 hingga 40 tahun sebanyak 45 orang (45%). Dan pada kategori pendidikan sebagian besar responden pelanggan Mayang Collection Pasuruan memiliki pendidikan terakhir Strata 1 sebanyak 53 responden atau 53%.

# Uji Validitas

| Variabel                       | Item Variabel | Correlation ( <i>r</i> -hitung) | <i>r</i> -tabel | Keterangan |
|--------------------------------|---------------|---------------------------------|-----------------|------------|
| Kualitas Produk<br>(X1)        | X1.1          | 0,898                           | 0,2185          | Valid      |
|                                | X1.2          | 0,822                           |                 | Valid      |
|                                | X1.3          | 0,757                           |                 | Valid      |
|                                | X1.4          | 0,855                           |                 | Valid      |
|                                | X1.5          | 0,855                           |                 | Valid      |
| <i>Service Quality</i><br>(X2) | X2.1          | 0,763                           |                 | Valid      |
|                                | X2.2          | 0,877                           |                 | Valid      |
|                                | X2.3          | 0,892                           |                 | Valid      |
|                                | X2.4          | 0,737                           |                 | Valid      |
|                                | X2.5          | 0,813                           |                 | Valid      |
| <i>Price</i> (X3)              | X3.1          | 0,919                           |                 | Valid      |
|                                | X3.2          | 0,929                           |                 | Valid      |
|                                | X3.3          | 0,832                           |                 | Valid      |
|                                | X3.4          | 0,844                           |                 | Valid      |
| Keputusan<br>Pembelian (Y),    | Y.1           | 0,819                           |                 | Valid      |
|                                | Y.2           | 0,786                           | Valid           |            |
|                                | Y.3           | 0,833                           | Valid           |            |
|                                | Y.4           | 0,753                           | Valid           |            |
|                                | Y.5           | 0,883                           | Valid           |            |

# Uji Reliabilitas

| Variabel                    | n | <i>cronbach alpha</i> | Nilai Kritis | Keterangan |
|-----------------------------|---|-----------------------|--------------|------------|
| Kualitas Produk (X1),       | 5 | 0,906                 | 0,60         | Reliabel   |
| <i>Service Quality</i> (X2) | 5 | 0,885                 | 0,60         | Reliabel   |
| <i>Price</i> (X3)           | 4 | 0,741                 | 0,60         | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian (Y)     | 5 | 0,857                 | 0,60         | Reliabel   |

# Analisis Regresi linier Berganda

## Coefficients<sup>a</sup>

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| 1 (Constant)    | 13.729                      | 1.665      |                           |  | 8.245 | .000 |
| Kualitas Produk | .241                        | .080       | .279                      |  | 3.013 | .003 |
| Service Quality | .319                        | .111       | .280                      |  | 2.886 | .005 |
| Price           | .379                        | .105       | .364                      |  | 3.614 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 13,729 + 0,241X_1 + 0.319X_2 + 379X_3 + e$$

# Uji t

## Coefficients<sup>a</sup>

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| 1 (Constant)    | 13.729                      | 1.665      |                           |  | 8.245 | .000 |
| Kualitas Produk | .241                        | .080       | .279                      |  | 3.013 | .003 |
| Service Quality | .319                        | .111       | .280                      |  | 2.886 | .005 |
| Price           | .379                        | .105       | .364                      |  | 3.614 | .000 |

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

1. Pada Variabel Kualitas Produk nilai signifikan sebesar 0,003 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
2. Pada Variabel *Service Quality* nilai signifikan sebesar 0,005 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian
3. Pada Variabel *Price* nilai signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial *Price* terhadap Keputusan Pembelian

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan serta dijelaskan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengujian hipotesis membuktikan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang collection di Pasuruan dengan pengaruh yang positif, artinya semakin baik kualitas produk dari Mayang collection maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Pengujian hipotesis membuktikan bahwa *Service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang collection di Pasuruan dengan pengaruh yang positif, artinya semakin baik *Service quality* yang diberikan Mayang collection kepada para konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Pengujian hipotesis membuktikan bahwa *Price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang collection di Pasuruan dengan pengaruh yang positif, artinya semakin sesuai harga yang ditetapkan oleh Mayang collection maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa Kualitas produk, *Service quality*, dan *Price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha produk Mayang collection di Pasuruan dengan pengaruh yang kuat, artinya ketiga variabel tersebut menjadi faktor terpenting dalam keputusan pembelian konsumen



**SEKIAN  
TERIMAKASIH**