

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kewirausahaan Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin

Shofi Mustajibullah^{*)}
Nur Hidayati^{)}**
Abdullah Syakur Novianto^{*)}**

Email : shofimustajibullah@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Islamic boarding schools have business units that are managed independently, one of which is Entrepreneurship at the Ainul Yaqin Campus Islamic Boarding School which is based at the Ainul Yaqin Campus Islamic Boarding School. This research is based on the phenomenon of transactions that occur in Islamic Boarding School Entrepreneurship, Ainul Yaqin Campus. In fact, in carrying out its operations the Entrepreneurship of the Ainul Yaqin Campus Islamic Boarding School still ignores important variables or aspects of the economy. Because of this, the variables in this study are Service Quality, Product Variants and Prices with consideration of their influence on the Purchasing Decisions of the students at the Entrepreneurship Islamic Boarding School, Ainul Yaqin Campus. The samples taken in this study were 85 people using the malhotra formula, in the form of Islamic boarding school students, Ainul Yaqin Campus. In the implementation of this research using multiple linear regression analysis method with stone tools, namely SPSS. In the end, simultaneously, all independent variables affect the dependent variable. Partially, both Service Quality, Product Variants, Prices affect Purchase Decisions.

Keywords: *Service Quality, Product Variant, Price, Purchase Decision*

Latar Belakang

Pondok pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan yang berfokus pada bidang keagamaan dan peribadatan. Lembaga Pondok Pesantren memiliki pengelolaan yang kompleks. Sebab lembaga ini berdiri sendiri layaknya lembaga-lembaga swasta pada umumnya. Seiring berkembangnya zaman, Pesantren di tuntut untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang semakin banyak. Langkah dalam memenuhi kebutuhan tersebut dengan memiliki unit usaha mandiri. Adapun unit usaha yang sering ditemukan pada Pondok Pesantren adalah toko penyedia kebutuhan para santri-santrinya atau toko kelontong yang berada dalam lingkungan Pesantren. Untuk tokok kelontong yang penulis jadikan objek penelitian adalah toko kelontong Kewirausahaan Pesantren Kampus Ainul Yaqin, yang bertempat di dalam area Pesantren Kampus Ainul. Secara global, toko kelontong memiliki beberapa problem dalam opresionalnya yang mencakup minimnya kualitas dalam pelayanan, sedikitnya varian produk yang tersedia, dan harga yang cukup mahal. Penelitian ini menganalisis Kualitas Pelayanan (X1), variabel Varian Produk (X2), variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul, **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kewirausahaan Pesantren Kampus Ainul Yaqin.**

Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Varian Produk (X2) dan Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Kewirausahaan Pesantren Kampus Ainul Yaqin.

Tinjauan Pustaka

1. Anna (2020) Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. Penelitian ini menunjukkan variabel harga berpengaruh secara signifikan dan terhadap variabel keputusan pembelian.

2. Dwi dan Eko (2020) Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Variasi Produk yang di angkat peneliti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Ella dan Syahrul (2022) Manajemen Badan Usaha Milik Pesantren Dalam Pemenuhan Kebutuhan Santri. Konklusi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang di tawarkan oleh BUMP (Badan Unit Usaha Milik Pesantren) terbilang memiliki kualitas yang bagus.
4. Miqdad dan dkk (2022) Pengaruh Harga, Online Customer Rating, Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa Harga, Online Customer Rating dan Sistem Pembayaran Cash on delivery berpengaruh terhadap keputusan pembelian
5. Arif dan dkk (2020) PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, TESTIMONI, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP BLIBLI.com (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2016). Penelitian ini menunjukkan bahwa Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

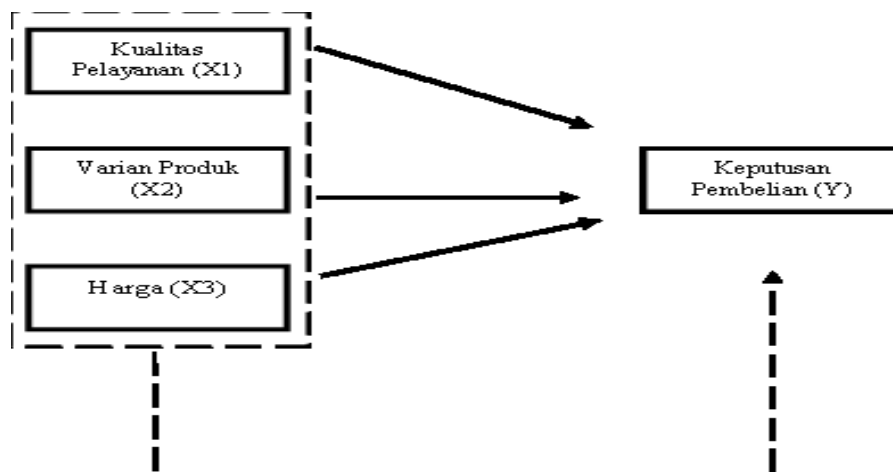
Menurut Salim (2021:31) Kualitas Pelayanan atau yang lebih di kenala dengan *service equality* adalah perspektif dari komparasi antara ekpektasi dan kinerja konkret pelayanan yang di terima langsung oleh pelanggan.

Varian Produk

Menurut Mikell P. Groover, (2010) mengatakan bahwa varian produk memiliki pengertian sebagai produk yang memiliki desain atau jenis berbeda dan diproduksi oleh perusahaan.

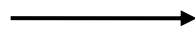
Harga

Menurut Tjiptono (2019) bahwasannya dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai hubungan antara harga dan manfaat yang dirasakan dari suatu barang dan jasa.

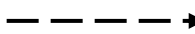


Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :



= Pengaruh secara parsial



= Pengaruh secara simultan

Berdasarkan kerangka konseptual, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelianH₂ : Varian Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelianH₃ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelianH₄ : Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Populasi dan Sampel

Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah santriwan/wati Pesantren Kampus Ainul Yaqin Tahun Ajaran 2022-2023 dengan jumlah 237 santri, sedangkan sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 85.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Nilai r hitung (Pearson Correlation)	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,684	0.2133	Valid
X1.2	0,785	0.2133	Valid
X1.3	0,626	0.2133	Valid
X1.4	0,616	0.2133	Valid
X1.5	0,754	0.2133	Valid
X2.1	0,845	0.2133	Valid
X2.2	0,846	0.2133	Valid
X2.3	0,779	0.2133	Valid
X3.1	0,841	0.2133	Valid
X3.2	0,802	0.2133	Valid
X3.3	0,838	0.2133	Valid
X3.4	0,860	0.2133	Valid
Y.1	0,757	0.2133	Valid
Y.2	0,541	0.2133	Valid
Y.3	0,715	0.2133	Valid
Y.4	0,766	0.2133	Valid
Y.5	0,753	0.2133	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)			
Varian Produk (X2)			
Harga (X3)			
Keputusan Pembelian (Y)			

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, seluruh item dari setiap item instrumen menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r Tabel. Karena r Tabel (N-2) = 85-2 = 83 adalah 0.2133, maka dapat disimpulkan setiap item instrumen dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,729	Reliabel
Varian Harga (X2)	0,760	Reliabel
Harga (X3)	0,847	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,751	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, nilai *Alpha Cronbach* dari setiap variabel lebih tinggi daripada 0,6. Maka seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,30321531
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,047
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
Kualitas Pelayanan (X1)		
Varian Harga (X2)		
Harga (X3)		
Keputusan Pembelian (Y)		

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3, dengan perbandingan nilai signifikansi (p) > 0,05, maka dapat disimpulkan seluruh data berdistribusi normal.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-,465	1,823		-,255	,799
Kualitas Pelayanan (X1)	,288	,132	,229	2,175	,033
Varian Harga (X2)	,544	,189	,336	2,882	,005
Harga (X3)	,330	,140	,258	2,359	,021

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan sebagai melalui rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots \dots \dots$$

$$Y = -,465 + 0,288 X_1 + 0,544 X_2 + 0,330 X_3 + e \dots \dots \dots$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta (Nilai Y apabila X₁ X₂ X₃)

X₂ : Varian Produk

b₁ b₂ b₃ : Koefisien regresi

X₃ : Harga

e : error term

Adapun deskripsi persamaan dari uji Regresi Linier Berganda:

- Nilai konstanta dalam penelitian ini menunjukkan negatif
- Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Jika Kualitas Pelayanan meningkat, maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara positif.
- Variabel Varian Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Jika Varian Produk meningkat, maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara positif.
- Variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian Jika Harga meningkat, maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara positif.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Constant	,535	1,869
	Kualitas Pelayanan (X1)	,435	2,301
	Varian Harga (X2)	,495	2,021
	Harga (X3)	,535	1,869

a. Dependen Variabel : y

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa ketiga variabel memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 . Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini lolos uji Multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	Kualitas Pelayanan (X1)	,607
	Varian Harga (X2)	,359
	Harga (X3)	,624

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6, ketiga variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh karena itu, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	484,397	3	161,466	29,351	<,001 ^b
	Residual	445,603	81	5,501		
	Total	930,000	84			

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan nilai Sig. 0.001 lebih kecil dari pada 0,05 (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan (X1), varian produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji t (Parsial)

Tabel 8. Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-,465	1,823		-,255	,799
Kualitas Pelayanan (X1)	,288	,132	,229	2,175	,033
Varian Harga (X2)	,544	,189	,336	2,882	,005
Harga (X3)	,330	,140	,258	2,359	,021

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui deskripsi Uji t sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) bernilai $0,033 < 0,05$
2. Variabel Varian produk (X2) bernilai $0,005 < 0,05$
3. Variabel Harga (X3) bernilai $0,021 < 0,05$.

Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga variabel bebas atau independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y) dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-,465	1,823		-,255	,799
Kualitas Pelayanan (X1)	,288	,132	,229	2,175	,033
Varian Harga (X2)	,544	,189	,336	2,882	,005
Harga (X3)	,330	,140	,258	2,359	,021

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 9, diketahui bahwa angka Adjusted R² sebesar 0.503 atau sebesar 50,3% dan 49,7% sisanya di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Implikasi Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Kualitas layanan (X1), Varian Produk (X2) dan Harga (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Deskripsi tersebut selaras dengan penelitian Dwi dan Eko (2020) Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). Dalam penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa keempat variabel berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Deskripsi tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Julian dan Onsardi (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. Variabel kualitas pelayanan dan variabel harga dalam penelitian ini menunjukkan berpengaruh secara signifikan.

Pengaruh Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya Varian Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Deskripsi tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk (2022) Pengaruh Varian Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Di Kecamatan Tengah Kabupaten Cirebon. Bahwasannya varian produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anna (2020) Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. Penelitian ini menunjukkan variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Varian Produk (X2) dan Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Kewirausahaan Pesantren Kampus Ainul Yaqin. Dalam penelitian ini, tidak membedakan antara santri putra dengan santri putri. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memisah data santri putra dengan santri putri dalam analisisnya.

Referensi

- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 314–320.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10.

- Miqdad. (2022). Pengaruh Harga, Online Customer Rating, Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). 12(02), 641–647.
- Nopranda, E. (2022). Manajemen Badan Usaha Milik Pesantren Dalam Pemenuhan Kebutuhan Santri. 3(3), 527–535.
- Saputro, A. A., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsment, testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop BLIBLI.COM. E-Jurnal Riset Manajemen, 5(1), 168–181. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>
- Julian Aryandi, O. (2020). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 117–127.
- Purbasari, D., Purnamasari, D. L., & Kholifah, A. N. (2022). PENGARUH VARIAN PRODUK INDOMIE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STUDI KASUS DI KECAMATAN TENGAH TANI KABUPATEN CIREBON Dewi Laily Purnamasari 1 , Dewi Maharani Purbasari 2 , Adinda Nur Kholifah 3. 04(02), 39–50.

Shofi Mustajibullah*) Adalah Mahasiswa Tetap UNISMA

Nur Hidayati**) Adalah Dosen Tetap UNISMA

Abdullah Syakur Novianto***) Adalah Dosen Tetap UNISMA