

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cahaya Bulan Di Malang

Dita Putri Alistin ^{*)}
Muhammad Agus Salim ^{)}**
Mohammad Rizal ^{*)}**

Email : 21901081249@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to examine the influence of service quality, product quality, and store atmosphere on consumer purchasing decisions at Cahaya Bulan building materials store in Malang. The method used is descriptive research analysis with quantitative data. The sample in this study consisted of 100 respondents, selected using purposive sampling technique. The results indicate that service quality, product quality, and store atmosphere have a significant influence on purchasing decisions. Service quality significantly affects purchasing decisions. Product quality significantly affects purchasing decisions. Store atmosphere significantly affects purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Store Atmosphere, Purchasing Decisions

Pendahuluan

Di era modern, persaingan bisnis semakin ketat, mendorong perusahaan untuk menyusun strategi efektif dalam menarik konsumen (Bangsawan, 2018). Proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup (Didin & Machali, 2016). Dalam konteks industri properti, sektor ini mengalami pertumbuhan positif meski sempat menurun akibat pandemi, dan kembali membaik hingga 2023 (Amirudin, 2020). Pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi kunci penting dalam menghadapi persaingan.

Menurut Tjiptono (2018), keputusan pembelian mencakup proses mulai dari pengenalan masalah hingga pengambilan keputusan. Penelitian ini menyoroti tiga faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan memenuhi harapan pelanggan, kualitas produk merujuk pada totalitas ciri produk dalam memenuhi kebutuhan (Ely, 2021), dan suasana toko berkaitan dengan kenyamanan yang memengaruhi minat beli (Kotler & Armstrong, 2019).

Toko Bangunan Cahaya Bulan di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang, dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pertumbuhan penjualan positif dan menghadapi persaingan ketat. Toko ini menawarkan pelayanan baik dan produk dari merek ternama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam peningkatan kualitas layanan, baik di sektor usaha maupun administrasi publik. Judul yang diangkat adalah “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bangunan Cahaya Bulan”.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil dari proses konsumen dalam mengolah berbagai informasi dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti ekonomi, teknologi, politik, budaya,

serta elemen bauran pemasaran seperti produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses (Buchari, 2013). Sementara itu, menurut Machfoedz (2013), keputusan pembelian adalah proses penilaian dan pemilihan alternatif yang dilakukan konsumen untuk memilih opsi yang paling menguntungkan sesuai dengan kepentingan tertentu.

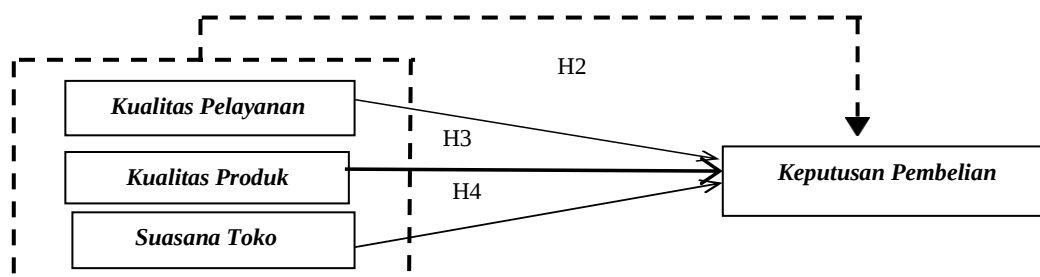
Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012) “Kualitas layanan adalah keseluruhan dan karakteristik dari produk dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”, maksud dari definisi tersebut adalah untuk menyampaikan bahwa kualitas adalah jumlah dari semua fitur dan kualitas yang ada dalam produk atau layanan yang ditawarkan. berkontribusi pada kapasitasnya untuk memenuhi persyaratan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dalam Kuspriyono (2016), kualitas produk adalah upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang mencakup aspek produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas bersifat dinamis, karena standar kualitas dapat berubah seiring waktu. Sementara itu, menurut Kotler dalam Melyani (2016), kualitas produk mencerminkan keseluruhan ciri dan sifat barang atau jasa yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

H1



Gambar 1. Kersngks Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H2: Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H3: Suasana Toko berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H4: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Metode Penelitian

Jenis, Waktu dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berupa data primer yang di dominasi dalam bentuk angka. Lokasi penelitian dilaksanakan di Toko Bangunan Cahaya Bulan yang beralamat di Jl. KH Maliki Dalam RT 03 RW 04, Kelurahan Buring, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juni 2023 hingga selesai sesuai dengan tahapan dan kebutuhan proses pengumpulan serta analisis data.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Bangunan Cahaya Bulan yang jumlah pastinya tidak diketahui karena berasal dari berbagai wilayah. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu responden berusia minimal 17 tahun dan pernah berbelanja di toko tersebut. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Malhotra, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang di peroleh dari tanggapan responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan kuisioner. Pengukuran yang digunakan, yaitu dengan penilaian skala likert.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Correlated item-Total Correlations (r_{hitung})</i>	r tabel (0,05)	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,733	0,196	Valid
	Y.2	0,873	0,196	Valid
	Y.3	0,847	0,196	Valid
	Y.4	0,888	0,196	Valid
	Y.5	0,899	0,196	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,869	0,196	Valid
	X1.2	0,866	0,196	Valid
	X1.3	0,824	0,196	Valid
	X1.4	0,828	0,196	Valid
	X1.5	0,863	0,196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,877	0,196	Valid
	X2.2	0,821	0,196	Valid
	X2.3	0,805	0,196	Valid
	X2.4	0,866	0,196	Valid
	X2.5	0,797	0,196	Valid
Suasa Toko (X3)	X2.6	0,756	0,196	Valid
	X3.1	0,766	0,196	Valid
	X3.2	0,840	0,196	Valid
	X3.3	0,857	0,196	Valid
	X3.4	0,825	0,196	Valid

Berdasarkan tabel diatas seluruh variabel memiliki nilai R hitung dari yang terendah 0.733 dan tertinggi 0.899 lebih besar dari nilai R tabel 0,196 yang berarti dapat dikatakan bahwa item pernyataan yang terdapat pada seluruh variabel dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,901	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,902	0,60	Reliabel
Suasana Toko(X3)	0,840	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,903	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa item pernyataan Kualitas Pelayanan, sebesar $0,901 > 0,6$, item pernyataan Kualitas Produk $0,902 > 0,6$, item pernyataan Suasana Toko sebesar $0,840 > 0,6$, dan item pernyataan minat beli sebesar $0,876 > 0,6$, maka dapat

disimpulkan nilai Cronbach's Alpha untuk semua item pernyataan lebih besar dari 0,6 sehingga dapat digunakan untuk uji-uji berikutnya.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,001

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001 menunjukkan data penelitian ini berdistribusi normal dan bisa dilanjutkan dengan uji asumsi klasik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
X1	.406	2.463	Non Multikolinearitas
X2	.172	5.813	Non Multikolinearitas
X3	.235	4.263	Non Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance di atas 0,10, yaitu X1 sebesar 0,406, X2 sebesar 0,172, dan X3 sebesar 0,235. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing variabel juga berada di bawah angka 10, yaitu X1 sebesar 2,463, X2 sebesar 5,813, dan X3 sebesar 4,263. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas karena memenuhi kriteria: nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,0.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig	Keterangan
X1	0,022	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,791	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,930	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.12 di kolom sig pada uji heteroskedastisitas memiliki nilai signifikan lebih besar 0,05 yang diketahui X1 nilai sig 0,022. X2 dengan nilai sig 0,791 dan untuk X3 mempunyai nilai sig 0,930 dengan demikian data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Table 6. Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.209	.863		.242	.810
Total_X1	.577	.053	.603	10.859	.000
Total_X2	.349	.076	.389	4.566	.000
Total_X3	.003	.101	.002	.033	.974

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

$$Y = 0.209 + 0.577X_1 + 0.349X_2 + 0.003X_3 + e$$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,209 artinya bahwa jika X1 X2 dan X3 nilainya adalah 0, maka Y nilainya adalah tetap sebesar 0,209.

2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,577 artinya ketika variabel Kualitas Pelayanan sebagai X1 meningkat, maka nilai Y meningkat sebesar 0,577.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0,349 artinya setiap perubahan variabel Kualitas Produk sebagai X2, akan menambah nilai Y sebesar 0,349.
4. Koefisien regresi Suasana Toko (X3) sebesar 0,003 artinya setiap perubahan variabel Suasana Toko sebagai X3, akan meningkat nilai Y sebesar 0,003.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1166.839	3	388.946	234,598	<,000 ^b
Residual	159.161	96	1.658		
Total	1326.000	99			

Hasil dari Uji F menjelaskan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan hasil 0,000 kesimpulan dari Uji F pada penelitian ini adalah variabel Independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko) berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) secara simultan.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.209	.863		.242	.810
Total_X1	.577	.053	.603	10.859	.000
Total_X2	.349	.076	.389	4.566	.000
Total_X3	.003	.101	.002	.033	.974

Berdasarkan hasil uji t pada table 8 menunjukkan data sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1): Hasil dari Uji t untuk pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat beli menghasilkan nilai sig nya 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 dengan itu menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap (H01) ditolak dan (Ha1) diterima.
2. Kualitas Produk (X2): Hasil dari Uji t untuk pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian nilai sig nya 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 dengan itu menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H02) ditolak dan (Ha2) diterima.
3. Suasana Toko (X3): Hasil dari Uji t untuk pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan nilai signifikansi 0,974, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Suasana Toko berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga H03 diterima dan Ha3 ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 ^a	.880	.876	1.288

Berdasarkan dari di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,876 (8,76%). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independen pada customer Toko Bangunan Cahaya Bulan, sedangkan sisanya 23% dipengaruhi oleh variabel yang ada di luar model regresi.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel Suasana Toko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko belum menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
4. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Keterbatasan

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner melalui Google Form, sehingga peneliti tidak dapat memprediksi atau mengontrol jawaban yang diberikan oleh responden.
2. Penelitian ini hanya menguji variabel Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko sedangkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan variabel lainnya.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di Toko Bangunan Cahaya Bulan sehingga hasil penelitian ini hanya didapatkan di Toko Bangunan Cahaya Bulan dan hasil yang didapat bisa berbeda dengan objek penelitian lainnya.

Saran

- a. Bagi perusahaan
Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat berbagai faktor keputusan pembelian pada Toko Bangunan Cahaya Bulan, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana toko, sehingga faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan agar toko bangunan dapat mengevaluasi dan meningkat lebih baik lagi.
- b. Bagi penulis selanjutnya
Diharapkan untuk memperbanyak referensi yang digunakan dalam menentukan dan menambah variabel yang digunakan, serta diharapkan untuk menambah jumlah sampel agar memperoleh data lebih banyak dan informasi yang lebih akurat.

Referensi

- Abusama, Muhammad, Haming, Murdifin, & Hamzah, Muh Nasir. (2017). *Effect of motivation, competence and Islamic leadership on job satisfaction and Teacher performance in vocational high school*.
- Abdullah Ma'ruf, (2014), *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Aswaja Pressindo: Yogyakarta.
- Busro, Muhammad, (2018). *“Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia”*. (Jakarta: Bumi Aksara).

Dita Putri Alistin*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Muhammad Agus Salim **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohammad Rizal ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma