

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe De Savvah Tulungagung

Ratna Pravitasari^{1*}, Imam Sukwatus Suja'i²

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Ekonomi, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

Corresponding Author: ratnapravitasari66@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 05-07-2024

Revised : 24-07-2024

Accepted : 04-08-2024

Keywords: *Product Quality; Purchasing Decisions; Service Quality*

ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner kini sangat pesat, oleh karena itu pengusaha bisnis kuliner harus memiliki keunggulan yang membedakan dirinya dari pesaing. Dalam mengambil keputusan pembelian umumnya seseorang terlebih dulu memikirkan produk apa yang hendak dibeli dan bagaimana perbandingannya dengan produk lain, maka dari itu peneliti meneliti judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dengan tujuan guna melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di cafe De Savvah. Pengumpulan data ialah dengan angket guna mendapatkan data variabel yang dibutuhkan. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier berganda. Instrumen yang dipergunakan berupa pernyataan dengan jawaban yang sudah ada. Hasil analisis data menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X_1) bernilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,115 > 1,984$ artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada variabel kualitas produk (X_2) bernilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,744 > 1,984$ yang artinya ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Secara simultan disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $39,747 > 3,090$ maka variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di cafe De savvah Tulungagung.

ABSTRACT

The development of the culinary business is now very rapid, therefore culinary business entrepreneurs must have advantages that differentiate themselves from competitors. In making a purchasing decisions, generally a person first thinks about what product they want to buy and how it compares with other products, therefore the researcher examined the title The Influence of Service Quality and Product Quality on Purchasing Decisions. This research aims to see the influence of service quality and product quality on purchasing decisions at De Savvah café. Data collection is by questionnaire to obtain the required variable data. The data analysis method used is multiple linear regression. The instrument used is in the form of a statement with an existing answer. The results of

the data analysis showed that the service quality variable (X_1) had a $t_{count} > t_{table}$ was $4,115 > 1,984$, meaning that there was an influence of service quality on purchase decisions. Then in the product quality variable (X_2) the $t_{count} > t_{table}$ was $4,744 > 1,984$ which means that there is an influence of product quality on purchase decisions. Simultaneously, it was concluded that the $F_{count} > F_{table}$ was $39.747 > 3.090$, so the variables of service quality and product quality simultaneously affected the variables of purchase decisions at De savvah Tulungagung café.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner sekarang memperlihatkan pertumbuhan yang sangat cepat, tercermin dari peningkatan jumlah tempat makan baru yang bermunculan. Fenomena ini tidaklah mengherankan mengingat bisnis kuliner merupakan industri yang menawarkan produk-produk esensial bagi kehidupan manusia, seperti makanan dan minuman. Menurut (Umami et al., 2020) persaingan yang intens dalam dunia bisnis mendorong pengusaha untuk mempunyai tingkat kreativitas tinggi. Maka dari itu untuk mengikuti persaingan yang kian ketat, para pengusaha kuliner dituntut memiliki kreativitas dan inovasi yang mampu memberikan keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari pesaing. Salah satu contoh banyaknya bisnis kuliner saat ini adalah cafe.

Cafe tak hanya memiliki fungsi sebagai tempat guna menikmati kopi, juga sudah jadi tempat favorit untuk berkumpul bersama teman atau keluarga. Namun, pengusaha cafe dihadapkan pada tantangan besar dalam meningkatkan penjualan mereka di tengah persaingan yang semakin sengit. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi pengusaha cafe untuk mempertimbangkan beberapa faktor yang bisa membawa pengaruh pada keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas layanan yang diberi pada pelanggan dan kualitas produk yang dijual. Memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberi oleh cafe adalah yang terbaik, serta memperhatikan kualitas produk kuliner yang disajikan, menjadi kunci utama untuk memenangkan hati pelanggan. Dengan cara ini, pengusaha cafe tidak hanya dapat mempertahankan basis pelanggan mereka, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru dan membangun reputasi yang kuat di pasar kuliner yang kompetitif ini.

Kualitas pelayanan merupakan elemen krusial bagi keberhasilan sebuah cafe karena dapat membentuk hubungan yang baik antara cafe dengan konsumennya. Dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas, cafe tidak hanya memenuhi harapan konsumen tetapi juga membangun kepercayaan yang mendorong konsumen untuk kembali dan bahkan merekomendasikan cafe kepada orang lain. Menurut (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan dinilai baik jikalau *provider* jasa memberi layanan sesuai yang konsumen harapkan. Menurut (Sudrajad & Suja'i, 2023) kualitas pelayanan merupakan usaha untuk menyediakan kebutuhan yang diperlukan guna memenuhi harapan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk yang disajikan oleh cafe juga menjadi faktor penentu keberhasilan. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi standar kepuasan

konsumen tetapi juga membantu cafe untuk mempertahankan basis pelanggan yang loyal dan bersaing di pasar yang kompetitif. Menurut (Daga, 2017) guna menggapai pasar yang diinginkan, perusahaan haruslah memulai produk ataupun jasa yang didesain guna memenuhi apa yang konsumen harapkan. Produk yang berkualitas tinggi berarti menerapkan bahan-bahan segar dan berkualitas, memiliki resep yang teruji dan disukai oleh pelanggan, serta disajikan dengan cara yang menarik.

Dalam setiap proses pembelian, individu secara sistematis mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membuat keputusan akhir. Mereka akan memikirkan produk yang akan dibeli dan membandingkannya dengan alternatif lain untuk menilai keunggulannya. Hal ini bertujuan untuk membangun keyakinan sebelum melakukan pembelian. Menurut (Andrian et al., 2022) proses keputusan pembelian terjadi jikalau konsumen sadar bahwa kebutuhan akan produk yang diinginkan. Proses keputusan ini dipengaruhi beragam faktor, termasuk kualitas pelayanan dan produk yang sudah diuraikan. Proses keputusan pembelian biasanya mulai dengan pengenalan kebutuhan. Misalnya, seseorang yang merasa haus akan menyadari kebutuhan akan minuman, atau seseorang yang ingin bersosialisasi mungkin mencari tempat yang nyaman seperti cafe

Salah satu cafe yang menarik perhatian di Tulungagung adalah Cafe De Savvah, berlokasi strategis di Jl. Raya Karangrejo, Kabupaten Tulungagung. Cafe ini dibuka tahun 2021, yang menjual berbagai macam makanan dan minuman dengan menyuguhkan pemandangan hamparan sawah yang dapat memanjakan mata. Dalam melakukan observasi awal bersama pemilik cafe, terungkap bahwa Cafe De Savvah menghadapi tantangan terkait pendapatan yang menurun pada tahun 2023.

Studi yang dilaksanakan oleh (Oktrichaendy et al., 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, sebaliknya menurut (Baihaky et al., 2022) kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Sementara menurut (Grandhis, 2022) kualitas produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, sebaliknya menurut (Ababil et al., 2019) kualitas produk tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, berlandaskan (Sugiyono, 2019) kuantitatif deskriptif berfokus pada penggambaran atau penjelasan data kuantitatif yang terkait dengan subjek atau fenomena tertentu, dan pengumpulan datanyabisa diukur secara numerik untuk memberi gambaran yang mendetail tentang fenomena yang diamati. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen cafe De Savvah memakai sampel 100 orang yang dihitung berdasarkan rumus yamane. Teknik sampel yang digunakan peneliti adalah nonprobability sampling yakni tidak memberi peluang sama bagi anggota populasi, sedangkan sampling insidental peneliti gunakan karena nantinya dalam pengambilan sampel berdasarkan kepada siapapun yang ditemui secara kebetulan dan sesuai menjadi sumber data. Analisis datanya yakni menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7,318	3,092		2,367	,020
	Kualitas Pelayanan	,293	,071	,359	4,115	,000
	Kualitas Produk	,345	,073	,414	4,744	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasar tabel 1 di atas maka didapat persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7,318 + 0,293X_1 + 0,345X_2$$

Keterangan:

1. (a) ialah konstanta yang memiliki nilai sebesar 7,318 yang menunjukkan bahwasanya bila variabel kualitas pelayanan serta variabel kualitas produk ialah 0, maka nilai variabel keputusan pembeliannya sebesar 7,318.
2. (b₁) ialah koefisien regresi atas X₁ yakni 0,293 yang menunjukkan bahwasanya tiap tambahan 1 satuan variabelnya X₁ serta asumsi variabel independent (X₂) konstan maka membawa pengaruh peningkatannya Y yakni 0,293.
3. (b₂) ialah koefisien regresi atas X₂ yakni 0,345 menunjukkan bahwasanya tiap tambahan 1 satuan variabel X₂ serta asumsi variabel lainnya (X₁) konstan maka membawa pengaruh peningkatannya Y yakni 0,345.

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7,318	3,092		2,367	,020
	Kualitas Pelayanan	,293	,071	,359	4,115	,000
	Kualitas Produk	,345	,073	,414	4,744	,000

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasar tabel 2 tersebut, dapat dilakukan analisis yakni:

- a. Variabel kualitas pelayanan bernilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,115 > 1,984 t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian.
- b. Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,744 > 1,984 t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwasanya variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian.

Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.	
1	Regression	396,083	2	198,042	39,747	,000 ^b
	Residual	483,307	97	4,983		
	Total	879,390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasar pada tabel 3 hasil uji F diatas, dapat diamati bahwasanya nilai $F_{hitung} 39,747 > 3,090 F_{tabel}$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini mengindikasi jika variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk secara bersamaan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,450	,439	2,232

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berlandaskan tabel 4 ditemukan nilai R yaitu 0,671 serta nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,439 atau 43,9% artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat memengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 43,9%. Dan terdapat sebesar 56,1% pengaruh dari faktor lainnya diluar dari variabel bebas pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini menemukan bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang di persembahkan oleh cafe De Savvah, semakin tinggi pula keputusan pembelian di sana. Temuan ini mendukung teori oleh (Sugito, 2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran krusial dalam menarik pelanggan melaksanakan pembelian, ketika pelayanan memuaskan hal ini menjadi pendorong konsumen guna menarik keputusan pembelian. Dan mendukung penelitiannya (Aprilliani et al., 2022) penelitian tersebut mengatakan bahwasanya ada pengaruh antara kualitas pelayanan pada keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti semakin baik kualitas produk yang di persembahkan oleh cafe De Savvah, semakin tinggi pula keputusan pembelian di sana. Temuan ini mendukung teori oleh (Fandiyanto et al., 2021) kualitas produk yang baik dapat menjadi sarana perusahaan dalam memperoleh pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, mengambil pangsa pasar dan bisa membuat perolehan lama jadi tinggi. Juga mendukung penelitian yang dilaksanakan oleh (Romadon et al., 2023) penelitian tersebut menyatakan bahwasanya ada pengaruh antara kualitas produk pada keputusan pembeliana.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini menemukan bahwasanya kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan dan produk yang di persembahkan oleh cafe De Savvah, semakin tinggi pula keputusan pembelian di sana. Temuan ini mendukung teori oleh (Rahayu & Handayani, 2021) jika perusahaannya bisa memberikan kualitas produk dan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan maka akan terjadi keputusan pembelian. Dan mendukung penelitiannya (Sugito, 2023) penelitian tersebut menyatakan bahwasanya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan produk pada keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan pembahasan diatas, bisa disimpulkan bahwasanya; 1) Secara parsial variabel bebas (kualitas pelayanan serta kualitas produknya) mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian di cafe De Savvah. Sehingga dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 2)

Secara simultan variabel bebas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Sehingga bisa dinyatakan bahwasanya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 3) Berdasar hasil analisis regresi linier berganda didapatkan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ persamaan regresi yang diperoleh yakni $Y = 7,318 + 0,293X_1 + 0,345X_2$. 4) Berdasar hasil koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* ialah 0,439 memiliki arti bahwasanya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian 43,9% sementara sisanya dipengaruhi variabel lainnya.

Saran

Saran dari oleh peneliti yaitu; 1) **Bagi cafe De Savvah** agar bisa mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya mengingat persaingan cafe yang semakin ketat. 2) **Bagi prodi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI** dengan harapan bisa dijadikan sebagai penambah ilmu pengetahuan terkhusus mata kuliah manajemen pemasaran terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk pada keputusan pembelian. 3) **Bagi peneliti selanjutnya** agar memakai variabel berbeda yang diyakini dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada cafe De Savvah seperti harga, lokasi, dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, Vol. 2(July), 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Andrian, P, C. I. W., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty (eds.)).
- Aprilliani, S., Meryati, A., & Pamulang, U. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Motor Honda Cabang Bintaro Tangerang Selatan*. 2(1), 9–18.
- Baihaky, S., Nizar, Y. A., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
- Fandiyanto, R., Karnadi, & Prianto, F. W. (2021). *Peran Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan dalam Membangun Kepuasan Konsumen pada Bisnis Online Pisang Selimut Situbondo*. 5, 194–204.
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Rahayu, Y., & Handayani, V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 57. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Shopee*. 21(3), 672–682.
- Sudrajad, M. C. H., & Suja'i, I. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung*. 1(3).
- Sugito. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xpander (PT. Sardana Indah Berlian Motor). *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 52–60. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.769>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Umami, N., Cahyono, R. D., & Rini, Y. P. (2020). *Pengaruh Enterpreneurship Cooperative Project Based Learning (Enco-PjBL) Terhadap Peningkatan Kreatifitas Berwirausaha Mahasiswa Dalam Mata Kuliah Kewirausahaan*.