

Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Seblak Ngajeletot Bojonegoro

M A Pamungkas¹, R C Rahayuningsih², D Mariana³, S N Az-Zahra⁴, A B Musyfiroh⁵, Ainuzzuhro⁶

¹⁻⁶Faculty of Economics, Management Study Program, STIE Cendekia Bojonegoro
Indonesia, East Java, Bojonegoro City

E-mail: ardipamungkas589@gmail.com¹, rahmacatur004@gmail.com²,
mdina2734@gmail.com³, nurfaizahzahra7@gmail.com⁴,
badiatulmusyfiroh29@gmail.com⁵, ainuzzuhro7@gmail.com⁶

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen seblak Ngajeletot Bojonegoro). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif, yaitu: mengumpulkan, menyajikan, menganalisis dan melakukan pengujian hipotesis, serta membuat kesimpulan dan saran. Sampel pada penelitian ini berjumlah 33 orang responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat kolerasi yang kuat antara pelayanan dan kualitas produk. Secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen.

Kata kunci: Seblak; Pelayanan; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

Abstract. This research aims to test and analyze the influence of quality and price on product purchases (case study of Seblak Ngajeletot Bojonegoro consumers). This research was carried out using descriptive verification methods, namely: collecting, presenting, analyzing and testing hypotheses, as well as making conclusions and suggestions. The sample in this study consisted of 33 respondents. The results of this research are that there is a strong relationship between service and product quality. Partially there is an influence of service quality on purchasing decisions. And there is an influence of product quality on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously there is an influence of service and product quality on consumer purchasing decisions.

Keywords: Seblak; Service; Service Quality; Product Quality; Purchasing Decisions.

1. Pendahuluan

Seiring dengan adanya perkembangan zaman semua pelaku usaha atau pengusaha dituntut untuk peka terhadap setiap perubahan yang ada demi menunjang perkembangan usaha mereka, kepuasan pelanggan tentu menjadi tujuan utama dalam menghadapi persaingan, pelaku usaha harus bisa mempertahankan dan memenangkan pasar, untuk mencapai hal tersebut pelaku usaha harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen karena hal ini nanti bisa digunakan sebagai acuan dan masukan penting bagi usaha mereka dalam merancang strategi pemasaran guna menciptakan kepuasan bagi konsumen yang kemudian dapat menjadi alasan konsumen memutuskan untuk membeli produk mereka. Pengusaha harus memiliki kemampuan yang baik dalam memperlakukan konsumen karena mereka merupakan faktor penting bagi berlangsungnya suatu bisnis. Perilaku konsumen akan selalu berubah bergerak sepanjang waktu [1]. Saat ini masyarakat mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi, adanya kebutuhan ini menjadikan para pengusaha mendirikan suatu perusahaan yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu bisnis usaha yang hingga kini mampu berkembang pesat adalah usaha bisnis kuliner.

Seblak merupakan kuliner pedas yang kini banyak digemari masyarakat terutama anak muda dan perempuan, melihat peluang yang cukup menjanjikan ini tentu banyak orang yang memulai bisnis mereka dengan berjualan seblak. Di Bojonegoro ada banyak penjual seblak, mereka berlomba lomba untuk menarik konsumen agar menjatuhkan keputusan pembeliannya di tempat usaha seblak mereka dengan menyediakan berbagai inovasi baru, menawarkan desain interior yang sesuai dengan target pasar mereka, hingga menyediakan pelayanan dan kualitas produk yang bagus. Semua upaya dilakukan untuk dapat bertahan dan memenangkan pasar. Salah satu tempat usaha seblak yang cukup terkenal di Bojonegoro adalah Seblak Ngajeletot. Seblak ini selalu menjad opsi utama bagi mayoritas masyarakat di bojonegoro saat ingin membeli seblak, dulu seblak ngajeletot hanyalah warung seblak kecil biasa, belum memiliki cabang dan tidak terlalu mencolok namun seiring dengan berjalanya waktu seblak ngajeletot terus berkembang hingga saat ini seblak ngajeletot sudah memiliki 3 cabang di Bojonegoro, hal ini membuktikan bahwa seblak ngajeletot memang salah satu bisnis seblak yang mampu untuk bertahan dan memenangkan konsumen untuk menjatuhkan keputusan pembeliannya di Seblak Ngajeletot.

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pemasaran karena konsumen akan termotivasi untuk menyebar cerita baik tentang pelayanan atau bisnis kepada orang lain. Adapun faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian antara lain adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan membuat konsumen betah berlama-lama dan kualitas produk yang sesuai membuat konsumen loyal untuk melakukan pembelian. Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil [3]. Kualitas produk juga menjadi pertimbangan bagi konsumen Seblak Ngajeletot Bojonegoro yaitu dengan harga yang sangat terjangkau dan berbagai varian topping dan rasa seblak yang khas di banding dengan kedai seblak lainnya, akan membuat konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang meskipun setiap hari. Hal-hal tersebut membuat kami tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana pelayanan dan kualitas produk memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Ngajeletot Bojonegoro.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Selanjutnya dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi beberapa tahap sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian [2].

2. Metode

2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Dukuhan Barat, Pacul, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur dilaksanakan 1-7 hari dimulai tanggal 22 Maret 2024.

2.2. Analisa Data

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan sekaligus hipotesa-hipotesa yang diajukan dalam penelitian. Untuk analisis statistiknya menggunakan analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2017:43). Dengan menyebarkan kuesioner yang dihasilkan dari setiap *indicator* variable penelitian yang di mana respondennya para konsumen seblak Ngajeletot Bojonegoro yang menjadi studi kasus penelitian ini dengan jumlah responden 33 orang yang di mana dari jumlah responden tersebut dapat menemukan permasalahan dari setiap *variable* penelitian.

Pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert. Skala ini dirancang untuk melihat seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dalam skala 5 poin, dimana skor 5 (SS= Sangat Setuju), skor 4 (S= Setuju), skor 3 (R= Netral), skor 2 (TS= Tidak Setuju) dan skor 1 (STS= Sangat Tidak Setuju).

Dengan tujuan utama dari penelitian yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian Seblak Ngajeletot Bojonegoro. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas dan uji regresi berganda dengan menggunakan regresi signifikansi (uji f) menggunakan *software* SPSS.

2.2.1. Uji Validitas

Uji Validitas guna mengukur seberapa efektivitas suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang diuji benar-benar telah sesuai dengan apa yang harus di ujikan. Uji ini bermaksud untuk mengukur valid atau tidaknya Kuesioner).

2.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan kondisi yang sama atau berbeda-beda. Penelitian dianggap dapat diambil kesimpulan bila uji memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda).

2.2.3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok dan menentukan apakah keduanya memiliki berbeda secara signifikan.

2.2.4. Regresi Berganda

Suatu teknik statistik yang secara bersamaan untuk mengembangkan hubungan matematis antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. metode ini didasarkan pada penelitian ini terdapat dua variabel independen. Tujuannya untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel Pelayanan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

2.2.5. Uji Simultan (Uji)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui antara variabel independen dan variabel dependen apakah terdapat pengaruh secara simultan.

2.2.6. Uji koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol sampai satu (0-1). Nilai R² yang kecil

berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Terdapat kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi yaitu koefisien determinasi bisa terhadap jumlah variabel.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil uji validitas

Item Pernyataan	Nilai Signifikasi	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,012	0,433	0,3494	Valid
X1.2	0,000	0,724		Valid
X1.3	0,000	0,755		Valid
X1.4	0,000	0,648		Valid
X1.5	0,000	0,828		Valid
X1.6	0,000	0,789		Valid
X2.1	0,000	0,830		Valid
X2.2	0,000	0,720		Valid
X2.3	0,000	0,825		Valid
X2.4	0,000	0,835		Valid
X2.5	0,000	0,854		Valid
X2.6	0,000	0,829		Valid
Y.1	0,000	0,738		Valid
Y.2	0,000	0,782		Valid
Y.3	0,000	0,660		Valid
Y.4	0,000	0,891		Valid

Berdasarkan pengujian yang dilakukan didapatkan semua item pernyataan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 serta semua item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih dari r tabel ($df=n-2$) sebesar 0,3494 maka semua item pernyataan dinyatakan reliabel.

3.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	16

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	54.91	90.773	.370	.953
X1.2	55.30	87.780	.691	.948
X1.3	55.12	88.360	.729	.948
X1.4	54.79	87.235	.599	.949
X1.5	54.76	83.564	.799	.945
X1.6	55.15	84.758	.755	.946
X2.1	54.91	83.898	.801	.945
X2.2	55.09	85.335	.675	.948
X2.3	55.03	80.780	.787	.946
X2.4	54.73	82.580	.805	.945
X2.5	54.94	83.996	.831	.945
X2.6	54.61	83.621	.800	.945
Y.1	54.97	83.405	.688	.948
Y.2	54.91	83.648	.743	.947
Y.3	54.91	87.523	.615	.949
Y.4	54.97	83.343	.872	.944

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS menunjukkan nilai keseluruhan *cronbach's alpha* pada tabel *reliability statistcs* sebesar 0,950 lebih dari 0,7 maka dinyatakan reliabel serta berdasarkan tabel *item-total statistics* diketahui semua item pernyataan mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7 yang artinya semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.3. Uji Regresi Berganda

3.3.1. Persamaan regresi linear berganda

Tabel 3. Hasil uji regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.304	1.933		.674	.505
	X1	.181	.166	.207	1.090	.284
	X2	.423	.123	.652	3.428	.002

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS pada tabel *Coefficient* maka persamaan regresi dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,304 + 0,181X1 + 0,423X2$$

3.3.2. Uji t (Uji parsial)

Tabel 4. Hasil uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.304	1.933		.674	.505
	X1	.181	.166	.207	1.090	.284
	X2	.423	.123	.652	3.428	.002

a. *Dependent Variable: Y*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS pada tabel *Coefficient* didapatkan:

- Nilai signifikansi variabel X1 (pelayanan) sebesar 0,284 lebih dari 0,05 yang berarti H0 diterima dan H1 ditolak yang artinya variabel X1 (pelayanan) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Y (keputusan pembelian).
- Nilai signifikansi variabel X2 (kualitas produk) sebesar 0,002 kurang dari 0,05 yang berarti H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel X2 (kualitas produk) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y (keputusan pembelian)

3.3.3. Uji F (Uji simultan)

Tabel 5. Hasil uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.769	2	89.885	34.765	.000 ^b
	Residual	77.564	30	2.585		
	Total	257.333	32			

a. *Dependent Variable: Y*

b. *Predictors: (Constant), X2, X1*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS pada tabel *ANOVA* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yang artinya variabel X1 (pelayanan) dan X2 (kualitas produk) secara simultan berpengaruh terhadap Y (keputusan pembelian).

3.3.4. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.678	1.608

a. *Predictors: (Constant), X2, X1*

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS pada tabel *model summary* menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,699 yang artinya variabel X1 (pelayanan) dan X2 (kualitas produk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 69,9%.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis maupun pembahasan yang telah ditemukan, kesimpulan dan hasil penelitian diperoleh variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, secara *partial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Secara simultan *variable independent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent*.

4.1. Kualitas Pelayanan

Pengujian kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tabel di atas menunjukan nilai t hitung untuk variabel pelayanan Nilai signifikansi variabel X1 (pelayanan) sebesar 0,284 lebih dari 0,05 yang berarti H0 diterima dan H1 ditolak yang artinya variabel X1 (pelayanan) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Y (keputusan pembelian).

4.2. Kualitas Produk

Tabel di atas menunjukan nilai t hitung untuk variabel kualitas Produk Nilai signifikansi variabel X2 (kualitas produk) sebesar 0,002 kurang dari 0,05 yang berarti H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel X2 (kualitas produk) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y (keputusan pembelian).

Dengan kesimpulan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk pada Seblak Ngajeletot Bojonegoro sudah sangat baik. Namun, pada analisis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Seblak Ngajeletot Bojonegoro masuk dengan kriteria sangat baik dengan demikian orang yang mengisi kuesioner ini sudah terbiasa beli produk Seblak Ngajeletot Bojonegoro sehingga membuat konsumen sudah terbiasa dengan kenyamanan pelayanan yang di berikan oleh karyawan Seblak Ngajeletot Bojonegoro.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mahasiswa yang terlihat langsung dalam penelitian ini maupun pihak-pihak lain yang terlibat secara tidak langsung. Terima kasih yang tidak terhingga kepada ucapan terima kasih kami ucapkan kepada pihak Seminar Nasional Konstelasi dengan adanya media seperti ini menjadikan mahasiswa memperbanyak pengetahuan baik secara *Hard Skill* maupun *Soft Skill*. dan tak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu kami yang telah memberikan arahan untuk kami supaya dapat memahami pembuatan artikel ini.

6. Referensi

- [1] P. S. Fujiyanti A *et al.*, “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Pelayanan Seblak Rorongkong Teh Memey Kota Bogor,” *Jurnal Sains Indonesia*, vol. 4, pp. 163–175, Jun. 2023.
- [2] H. Jumaedi, “Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Pengusaha Kecil di Pekalongan),” *Manajerial*, vol. 11, pp. 13–19, Jul. 2012.

- [3] N. Islamia and H. Purnomo, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Seblak Duar Bangkalan,” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, vol. 2, pp. 333–341, Sep. 2022.
- [4] D. Hendayani, N. Indriasari, and A. Rahman, “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Seblak Mama Tuti Kota Bengkulu,” *Journal of Indonesian Management*, vol. 3, pp. 809–816, Dec. 2023.