



# Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga terhadap keputusan pembelian pada toko siluet collection di Sidoarjo

Adhita Uti Febriati\*, Misti Hariasih

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B Sidoarjo, Jawa Timur, 61215 Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: adhitaufebriati@gmail.com

Paper received: 2-1-2023; revised: 20-1-2023; accepted: 30-1-2023

## Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and price on purchasing decisions at the Siluet Collection store in the Sidoarjo area. The method in this study uses quantitative, researchers collect data through indirect interviews with store employees, besides that they also collect data through questionnaires given to 90 respondents who come from buyers at the Siluet Collection store. The data analysis technique used is parametric statistics assisted by the SPSS version 22.0 application. The results show that product quality affects purchasing decisions, service quality affects purchasing decisions, price affects purchasing decisions, three variables of product quality, service quality, price together affect purchasing decisions.

**Keywords:** product quality; service quality; price; purchase decision

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Siluet *Collection* di wilayah Sidoarjo. Metode dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif, peneliti menggumpulkan data melalui wawancara secara tidak langsung kepada karyawan toko, selain itu juga melakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 90 responden yang berasal dari pembeli di toko Siluet *Collection*. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik parametris yang dibantu dengan aplikasi SPSS versi 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tiga variabel kualitas produk, kualitas layanan, harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas produk; kualitas layanan; harga; keputusan pembelian

## 1. Pendahuluan

Dunia usaha mengalami perkembangan yang cukup pesat, pada era kompetitif saat ini perusahaan memberikan banyak pilihan jenis produk maupun jasa. Para pelaku usaha berkompetsini dalam memenuhi tujuan utama mereka yakni meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing perusahaan, serta meminimalkan biaya produksi agar dapat memperoleh laba maksimal. Kualitas produk, kualitas layanan perusahaan, serta harga produk menjadi persaingan antara para pelaku usaha. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk kreatif dan kritis, mereka harus bisa memberikan produk dengan kualitas yang baik dengan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, selain itu perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik para konsumen. [1].

Kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk, ataupun jasa karena itu kualitas produk ini memiliki hubungan yang cukup erat dengan nilai konsumen. Konsumen membeli sebuah produk tidak hanya dalam bentuk fisiknya saja, namun juga mempertimbangkan manfaat dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Sebuah

produk tidak sekedar melibatkan atribut fisik, namun juga mencakup sifat-sifat non fisik, contoh merk, warna, citra, pelayanan, harga, dan lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan membeli atau tidak, seperti : harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang akan dibeli, atau pelayanan yang diberikan tidak baik, dan sebagainya. [2].

Sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan rasa puas apabila produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen, dan sebaliknya. Banyak perusahaan yang menawarkan produk sejenis, hal tersebut membuat persaingan ketat antar perusahaan demi membuat konsumen tertarik, mereka akan berkompetisi untuk menciptakan kualitas produk terbaik beserta harga yang sesuai serta memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dengan harapan konsumen mau untuk membeli produk tersebut dan membuat pelanggan setia dengan perusahaan.[3].

Toko *Siluet Collection* bukan satu-satunya pelaku usaha yang bergerak pada bidang penjualan pakaian. *Siluet Collection* memiliki banyak pesaing yang sama-sama memiliki kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan yang baik pula, serta dapat memberikan harga yang sesuai dengan produk mereka. Hal itu dapat menjadi permasalahan dalam pemasaran yang pada akhirnya akan berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli produknya. Peningkatan kualitas produk, kualitas layanan, promosi, harga, dan lainnya merupakan cara-cara yang dapat dilakukan untuk membantu konsumen memberikan keputusan saat membeli produk. Sebagai pelaku usaha harus teliti dalam melihat kelebihan, kelemahan pesaing serta peluang usaha yang bisa digunakan untuk membantu perusahaan tetap berjalan. Maka dengan latar belakang masalah ini peneliti tertarik ingin mengetahui sejauh mana pengaruh keputusan pembelian terhadap kualitas produk, kualitas layanan, harga pada toko *Siluet Collection* di Sidoarjo dan kemudian dijadikan judul penelitian "***Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Siluet Collection di Sidoarjo***".

## 2. Metode

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis Penelitian kuantitatif. Pengertian dari metode Penelitian kuantitatif adalah jenis Penelitian yang spesifikasinya sistematis serta terencana, metode Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Penelitian ini dilakukan pada Toko *Siluet Collection* yang berlokasi di Desa Anggaswangi RT. 11 RW. 06 Sukodono. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Toko *Siluet Collection* di Sidoarjo. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *sampling insidental*, yang dimana peneliti kebetulan bertemu dengan pembeli di Toko *Siluet Collection*. Teknik atau rumus yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pernyataan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini 18 pernyataan  $\times 5 = 90$  sampel. Jadi sampel yang digunakan berjumlah 90 sampel pembeli di Toko *Siluet Collection*. [4] [5] [6].

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Uji Validitas

Uji dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sebaliknya jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dikatakan tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r-hitung	Nilai Kritis	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,911	0,3	0,00	VALID
	X1.2	0,875		0,00	VALID
	X1.3	0,876		0,00	VALID
	X1.4	0,915		0,00	VALID
	X1.5	0,843		0,00	VALID
Kualitas Layanan	X2.1	0,871	0,3	0,00	VALID
	X2.2	0,911		0,00	VALID
	X2.3	0,835		0,00	VALID
	X2.4	0,861		0,00	VALID
	X2.5	0,894		0,00	VALID
Harga	X3.1	0,844	0,3	0,00	VALID
	X3.2	0,927		0,00	VALID
	X3.3	0,853		0,00	VALID
	X3.4	0,872		0,00	VALID
Keputusan Pembelian	Y1	0,878	0,3	0,00	VALID
	Y2	0,763		0,00	VALID
	Y3	0,87		0,00	VALID
	Y4	0,88		0,00	VALID

Sumber: SPSS

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil uji validitas menyatakan seluruh item pertanyaan dari semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,3 (>0,3), sehingga dapat dinyatakan bahwa pengujian diatas valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

### 3.2. Uji Reliabilitas

Dalam menghitung realibilitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil daripada 0,50 maka instrumen dikatakan tidak memiliki nilai reliabilitas (tidak reliabel).
- Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar daripada 0,50 maka instrument dikatakan memiliki nilai reliabilitas (reliabel).

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0,930	0,5	Reliabel
Kualitas Layanan	0,923		Reliabel
Harga	0,896		Reliabel
Keputusan Pembelian	0,869		Reliabel

Sumber: SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh data dengan nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang lebih besar daripada 0,5 (>0,5). Nilai pada variabel kualitas produk sebesar 0,930, pada variabel kualitas layanan sebesar 0,923, pada variabel harga sebesar 0,896, dan nilai pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,869. Sehingga hasil dari seluruh variabel yang telah diuji dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki reliabilitas.

### 3.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.3.1. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas ialah untuk menguji adanya hubungan antara variabel bebas yang terdapat pada model regresi. Tidak terjadinya hubungan antara variabel bebas berarti model regresi baik. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas pada variabel bebas, jika mendapatkan nilai toleransi >0,10 dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) <10. Berikut ini hasil pengujiannya:

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	0,220	4,550
Kualitas Layanan	0,234	4,266
Harga	0,309	3,234

Sumber: SPSS

Dari hasil diatas, diperoleh nilai *tolerance* pada variabel kualitas produk sebesar 0,220 > 0,10, nilai pada variabel kualitas layanan sebesar 0,234 > 0,10, dan nilai pada variabel harga sebesar 0,309 > 0,10. Untuk nilai VIF pada variabel kualitas produk sebesar 4,550 < 10, nilai pada variabel kualitas layanan sebesar 4,266 < 10, dan nilai VIF pada variabel harga sebesar 3,234 < 10, dengan demikian hasil pengujian yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian bebas dari multikolinearitas.

#### 3.3.2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengukur apakah ada atau tidak adanya autokorelasi, dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi, jika terdapat sebuah korelasi maka sudah dipastikan adanya problem autokorelasi pada penelitian yang sedang dikerjakan. Adapun cara yang dilakukan untuk mengujinya adalah : N (banyak sampel) = 90, k (jumlah variabel independen) = 3, a (tarif signifikan yang digunakan) = 5%, selanjutnya dilihat pada tabel *Durbin Watson* diperoleh dL = 1,5889 dan dU = 1,7264. [7]. Adapun ketentuan yang digunakan untuk mengambil keputusan pada uji autokorelasi dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 4. Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.865 <sup>a</sup>	.749	.740	1.397	1.963

Sumber: SPSS

Adapun kriteria yang digunakan untuk pengujian hipotesis:

Jika  $0 < d < dL$ , maka terjadi autokorelasi positif

Jika  $4 - dL < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi negatif

Jika  $2 < d < 4 < dU$ , maka tidak ada autokorelasi positif dan negatif

Jika  $dL < d < 4 - dU$  atau  $4 - dU < d < 4 - dL$  dapat diartikan bahwa tidak ada autokorelasi

**Tabel 5. Hasil Kriteria Uji Autokorelasi**

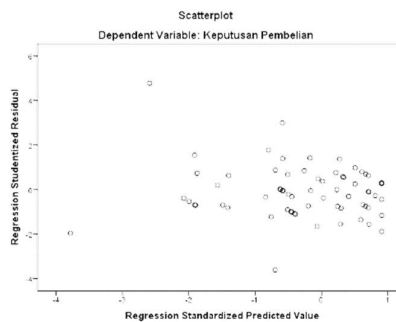
Hipotesis	Dasar pengambilan keputusan	Hasil uji	Keputusan
Terjadi autokorelasi	$0 < d < dL$	$0 < 1.963 > 1.5889$	Tidak memenuhi
Terjadi autokorelasi Negatif	$4 - dL < d < 4$	$2.4111 > 1.963 < 4$	Tidak memenuhi
Tidak ada autokorelasi negatif	$2 < d < 4 < dU$	$2 > 1.963 < 4 > 1.7264$	Tidak memenuhi
Tidak ada autokorelasi	$dL < d < 4 - dU$	$1.5889 < 1.963 < 2.2736$	Memenuhi

Sumber: SPSS

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada tabel diatas, dapat diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1.963 dengan  $dL < d < 4 - dU$  atau  $1.5889 < 1.963 < 2.2736$  yang berarti bahwa regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

### 3.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk dasar analisis uji heteroskedastisitas adalah, jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar, atau menyempit), maka terjadi heterokedastisitas. Namun sebaliknya, tidak terjadinya heteroskedastisitas yaitu jika didalam scatterplot titik-titik dapat menyebar secara acak, baik dibagian atas , dibagian angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y. [8]

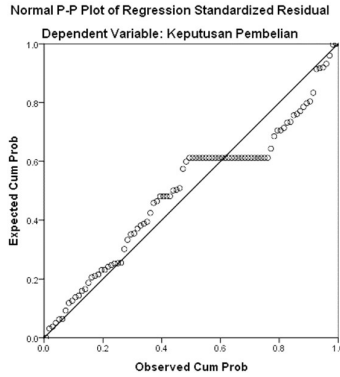


**Gambar 1. Uji heterokedastisitas**

Berdasarkan gambar 1, maka dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik – titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.3.4. Uji Normalitas

Uji *One Sample Kolmogorof – Smirnov*, dasar ketentuan jika nilai signifikan >0,05 maka data yang dimiliki adalah data normal, jika nilai signifikan <0,05 data tersebut menyebar tidak normal, atau menggunakan analisis, jika data dikatakan berdistribusi normal jika sebaran datanya membentuk titik – titik yang mendekati garis diagonal.



**Gambar 2. Normal Probability Plot**  
Sumber: SPSS

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa grafik normal probability plot memberikan pola distribusi normal dikarenakan titik –titik menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga model regresi layak dipakai dalam penelitian ini.

### 3.4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara linier antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini digunakan guna melakukan pengujian seberapa besar pengaruh dua variabel terhadap variabel dependen.

**Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.926	1.027			1.874	.064
Kualitas Produk	.228	.087	.301		2.613	.011
Kualitas Layanan	.097	.092	.118		1.060	.292
Harga	.477	.093	.497		5.118	.000

Sumber: SPSS

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

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

$$Y = 1,926 + 0,228X_1 + 0,097X_2 + 0,477X_3 + e$$

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresi dari keempat variabel sebagai berikut:

1. Konstanta (a)  
 Nilai konstanta yang bernilai positif 1,926. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu *kualitas produk*, *kualitas layanan*, dan *harga* maka nilai variabel terkait yaitu *keputusan pembelian* konstan sebesar 2.963.
2. Kualitas produk  
 Koefisien bernilai 0.228 antara variabel kualitas produksi dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mengalami kenaikan sebesar 0.228.
3. Kualitas layanan  
 Koefisien bernilai 0.097 antara variabel kualitas layanan dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar 0.097.
4. Harga  
 Koefisien bernilai 0.477 antara variabel harga dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif, maka dapat disimpulkan bahwa harga mengalami kenaikan sebesar 0.477. [9].

### 3.5. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut merupakan hasil dari pengujian uji R :

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,865 <sup>a</sup>	0,749	0,740	1,397

Sumber: SPSS

Dilihat dari hasil pada tabel diatas uji R menunjukkan nilai sebesar 0,865. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dinilai cukup karena mempunyai nilai yang mendekati angka 1.

### 3.6. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji R Square digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat akibat variabel bebas. Dibawah ini adalah tabel dari hasil pengujian uji R Square:

**Tabel 8. Hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.865 <sup>a</sup>	.749	.740	1.397	1.963

Sumber: SPSS

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai dari hasil pengujian determinan berganda (R<sup>2</sup>) sebesar 0.749 atau 74%, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel *kualitas produk*,

*kualitas layanan*, dan *harga* dapat menjelaskan tentang variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dan sisanya 26% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek.

### 3.7. Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1. Uji parsial (uji t)

Uji t mempunyai fungsi untuk mengetahui secara parsial mengenai variabel *kualitas produk*, *kualitas layanan*, dan *harga* apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel keputusan pembelian. Pada pengujian hipotesis peneliti menggunakan perbandingan hasil dari  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  sehingga ada sebuah alasan yang kuat untuk hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak, begitupun sebaliknya.

**Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)					
Kualitas produk	4.016	1.071		3.750	.000
Kualitas layanan	.610	.048	.805	12.713	.000
Harga	.635	.056	.772	11.378	.000
	.800	.056	.835	14.216	.000

Sumber: SPSS

Dengan menggunakan asumsi tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 dengan nilai degree of freedom sebesar  $K = 3$  dan

$df_2 = n - k - 1$  ( $90 - 3 - 1 = 86$ ) sehingga memperoleh tabel sebesar 1,66277 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil nilai t hitung sebesar (12.713) sedangkan t tabel sebesar (1.66277) maka nilai t hitung > t tabel (12.713 > 1.66277), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang kuat pada  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan nilai signifikansi ( $0.000 < 0.05$ ) maka dapat diartikan bahwa  $H_1$ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil nilai t hitung sebesar (11.378) sedangkan t tabel (1.66277) maka nilai t hitung > t tabel (11.378 > 1.66277), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang kuat pada  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diteima. Dengan nilai signifikansi ( $0.00 < 0.05$ ) maka dapat diartikan bahwa  $H_2$ : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil nilai t hitung sebesar (14.216) sedangkan t tabel (1.66277) maka nilai t hitung > t tabel (14.216 > 1.66277), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang kuat pada  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan nilai signifikansi ( $0.00 < 0.05$ ) maka dapat diartikan bahwa  $H_3$ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



### 3.7.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan harga secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian dengan dasar sebagai berikut:

- a.  $H_0 = F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan ini dapat dikatakan bahwa tidak adanya pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap variabel  $Y$ .
- b.  $H_a = F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap variabel  $Y$ . [10] Berikut ini adalah hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel :

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	500.466	3	166.822	85.470	.000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>	167.856	86	1.952		
	<i>Total</i>	668.322	89			

Sumber: SPSS

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan  $df$  sebesar  $k = 3$  dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $90 - 3 - 1 = 86$ ) maka dapat dilihat nilai  $F_{tabel}$  sebesar (2,71) dan  $F_{hitung}$  sebesar (85.470), maka nilai pada  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $85.470 > 2.71$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka hasil tersebut dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, yang berarti variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

### 3.8. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui seberapa besar pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS statistik versi 22.0.

#### 3.8.1. H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, yang paling dominan merefleksikan pada kenyamanan pakaian yang di jual oleh toko Siluet *Collection*. Yang berarti bahwa kebanyakan responden memutuskan untuk membeli pakaian pada toko Siluet *Collection* karena pakaian yang dijual nyaman saat dipakai.

#### 3.8.2. H2: Kualitas layanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, yang paling dominan merefleksikan fasilitas dan pelayanan yang diberikan sangat baik. Yang berarti bahwa responden memutuskan untuk membeli pakaian di toko Siluet *Collection* karena fasilitas yang ada pada toko sangat baik.

### 3.8.3. H3: Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, yang paling dominan merefleksikan kesesuaian antara harga yang diberikan dengan kualitas yang ada pada produk. Yang berarti responden memutuskan untuk membeli pakaian pada toko Siluet *Collection* karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pakaian yang dibeli.

### 3.8.4. H4: Kualitas produk, Kualitas layanan, Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, yang paling dominan adalah merekomendasikan kepada orang lain. Yang berarti setiap kali responden berbelanja di toko Siluet *Collection* mereka akan merekomendasikan pakaian yang dibeli kepada orang lain, karena mereka merasa bahwa keputusan untuk membeli pakaian di toko Siluet *Collection* adalah keputusan yang tepat.

## A. Simpulan

Kualitas produk, kualitas layanan, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Siluet *Collection* di Sidoarjo. Kualitas produk sendiri memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan konsumen. Begitu juga dengan kualitas layanan yang diberikan, yang mampu menentukan keputusan akhir pembeli. Selain itu, harga produk juga menjadi faktor krusial yang mempengaruhi pembelian. Secara keseluruhan, ketiga elemen ini—kualitas produk, kualitas layanan, dan harga—secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko Siluet *Collection* di Sidoarjo.

## Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Selain itu terima kasih penulis ucapkan atas dukungan dari orang tua, sahabat, rekan, teman penuis dalam memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik

## Daftar Rujukan

- [1] Ardiansyah, M. Arif. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah binaan dinas koperasi.
- [2] Widodo, A. S., Yughi, S. A., & Arsid, A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada waroeng steak ciputat. *Jurnal semarak*, 4(3), 93-114.
- [3] Budi, U., & Jakarta, L. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online Yugi Setyarko. 5(2), 128-147.
- [4] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [5] Steinado, A., Lava, E., Hendra, J., *Ekonomi, F., Pnaca, U., & Probolinggo, M.* (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada ud. Tahu tiga berlian probolinggo. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 5(2), 238-248.
- [6] Swastha, B. (2014). *Manajemen pemasaran. Universitas terbuka*.
- [7] Maria, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian/Jasa Pembuatan Karoseri di PT. SKA Karoseri Indonesia. *Jurnal ekobis dewantara*, 4(3), 112-133.
- [8] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi 9. *Badan Penerbit Undip*.

- [9] Puspitasari, I. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kesesuaian harga terhadap peningkatan penjualan beras premium pada Perum Bulog divisi Regional Sulawesi Utara dan Ejournal. *Unsrat.Ac.Id. Retrieved October 4, 2021*.
- [10] Izzah, N. (2021). Bauran pemasaran pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada carrefour gkb gresik. *Matrik, 21(2), 127*.