

Dampak Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Kopi Senja Di Jalan Amal Medan Sunggal

Satria Putra Lisda

¹Program Studi Manajemen, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

email : lisdasatriap7979@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal, Sebanyak 100 orang sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling/Sampling jenuh yaitu semua populasi dijadikan sample sebanyak 100 Konsumen Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software IBM SPSS Statistic 23. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara langsung Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Pada era sekarang, di Indonesia persaingan menjadi hal yang semakin ketat itu dapat kita lihat dari semakin bertambah dan semakin banyak nya perusahaan yang menyediakan barang maupun jasa. Bahkan dari beberapa perusahaan itu sendiri dengan semakin berkembangnya laju ekonomi, peningkatan pada teknologi, dan bertambah nya arus informasi. Di Kota Medan sendiri merupakan salah satu tempat atau daerah bagi pelaku usaha mengembangkan usahanya untuk menambah jumlah pelanggan dan seperti Coffe Shop merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, bukan hanya untuk tempat meminum coffe melainkan sekarang banyak masyarakat justru lebih senang bersantai dan ada juga yang menjadikan tempat untuk mengerjakan tugas dan bahkan berbincang satu sama lain.

Peneliti melakukan riset pada Angkringan Kopi Senja, dimana terdapat fenomena pada Keputusan Pembelian yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan. Angkringan Kopi Senja merupakan salah satu coffe yang berada di kota medan tepatnya di Jalan Amal yang sudah berdiri lebih dari 6 tahun dan terus berjalan sampai sekarang.

Keputusan pembelian pada sebuah perusahaan bisa dikatakan sebuah hal yang sangat unik, karena preferensi dan sikap terhadap objek pada seseorang sangat berbeda beda. Memahami hal itu pembelian konsumen adalah tugas yang sangat penting bagi perusahaan dengan mengidentifikasi market/pasar, Oleh karna itu perusahaan bisa mengakui strategi apa yang akan digunakan dalam proses memasarkan produk mereka. Keputusan pembelian juga merupakan pendekatan penyelesaian masalah pada aktifitas atau kegiatan manusia untuk memutuskan membeli sesuatu baik itu barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan juga keinginan. Perilaku konsumen juga sangat berpengaruh pada jalannya hidup perusahaan sebagai Lembaga yang berusaha bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pada konsumen dengan mempengaruhi sikap konsumen para pemasar berharap dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Menurut (Kodu, 2012) Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir .

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada Angkringan Kopi Senja terdapat fenomena atau permasalahan pada Keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen merasa Angkringan Kopi Senja kurang membuat aturan protokol kesehatan, seperti tidak membuat tanda jaga jarak ataupun kapasitas konsumen tidak dibatasi, selain itu konsumen juga mengeluhkan fasilitas yang disediakan masih kurang memadai, seperti wifi yang lelet, kurangnya jumlah kamar mandi dan lahan parkir yang sempit, sehingga konsumen merasa hal itu perlu dibenahi agar Angkringan Kopi Senja menjadi coffe shop yang berkualitas bagi kaum muda-mudi di Kota Medan.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya yaitu Kualitas Produk, Menurut (Sejati, 2016) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan produk secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada produk yang dihasilkan oleh Angkringan Kopi Senja yaitu dimana produk yang dihasilkan kurang menarik atau kurang inovatif dalam penyajiannya sehingga konsumen merasa kurang terkesan. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki harga yang relatif sedikit lebih mahal dari para pesaing. Serta menu produk yang kurang variasi/ kurangnya berbagai macam makanan dan minuman yang ditawarkan membuat konsumen kurang puas terhadap kualitas produk dari Angkringan Kopi Senja.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Kualitas Pelayanan. Menurut (Amir, 2018) kualitas pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat

ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada Angkringan Kopi Senja yaitu dimana pelayanan yang diberikan kurang sigap, cepat dan tanggap, sehingga konsumen merasa harus menunggu sedikit lama, kurang ramahnya karyawan Angkringan Kopi Senja dalam menyambut konsumen menjadi faktor penting dalam bisnis coffe shop, serta kurangnya fasilitas yang lengkap juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan fenomena yang ada pada Angkringan Kopi Senja, maka dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi pada Angkringan Kopi Senja yaitu Angkringan Kopi Senja kurang membuat aturan protokol kesehatan, seperti tidak membuat tanda jaga jarak ataupun kapasitas konsumen tidak dibatasi, selain itu konsumen juga mengeluhkan fasilitas yang disediakan masih kurang memadai, seperti wifi yang lelet, kurangnya jumlah kamar mandi dan lahan parkir yang sempit, sehingga konsumen merasa hal itu perlu dibenahi agar Angkringan Kopi Senja menjadi coffe shop yang berkualitas bagi kaum muda-mudi di Kota Medan.

Selain itu produk yang dihasilkan kurang menarik atau kurang inovatif dalam penyajiannya sehingga konsumen merasa kurang terkesan. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki harga yang relatif sedikit lebih mahal dari para pesaing. Serta menu produk yang kurang variasi/ kurangnya berbagai macam makanan dan minuman yang ditawarkan membuat konsumen kurang puas terhadap kualitas produk dari Angkringan Kopi Senja.

Pelayanan yang diberikan kurang sigap, cepat dan tanggap, sehingga konsumen merasa harus menunggu sedikit lama, kurang ramahnya karyawan Angkringan Kopi Senja dalam menyambut konsumen menjadi faktor penting dalam bisnis coffe shop, serta kurangnya fasilitas yang lengkap juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Mengingat sangat pentingnya pengaruh kualitas produk dan pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Dampak Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Kopi Senja”

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif, Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih”. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, mengontrol suatu gejala.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Angkringan Kopi Senja yang beralamat kan di Jalan Amal Komplek Graha Kuswari No.1m Kec.Medan Sunggal. Dan Adapun waktu penelitian yaitu dari Bulan Mei sampai dengan September.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke Angkringan Kopi Senja, sebanyak 100 Konsumen. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel kali ini dilakukan dengan metode nonprobability sampling dimana teknik penarikan menggunakan convenience sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, konsumen Angkringan Coffe Senja yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang responden dalam kurun waktu lima hari dengan jumlah responden perharinya 20 orang konsumen.

Dalam melaksanakan penelitian diperlukan beberapa metode pengumpulan data, Adapun didalam penelitian ini diantaranya menggunakan interview (wawancara) dan kuisisioner (angket), lalu untuk menguji valid dan tidak reliabel maka dapat di uji dengan uji validitas dan reliable.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data penelitian asosiatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Dimana dalam penelitian ini, teknik analisis regresi berganda untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Adapun tekniknya adalah dengan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

3. HASIL PENELITIAN

A. Uji Asumsi Klasik

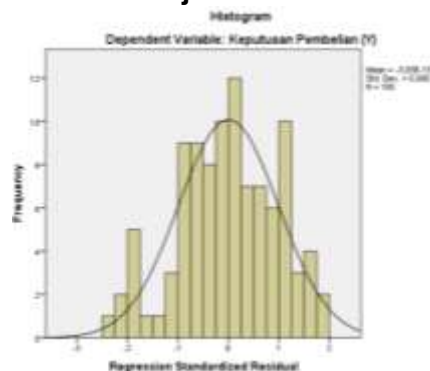
Dengan regresi linear berganda dikenal dengan sebagai beberapa asumsi klasik regresi berganda atau dikenal juga BLUE (Best Linear Unbias Estimation). Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut, yakni:

B. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas

1. Histogram

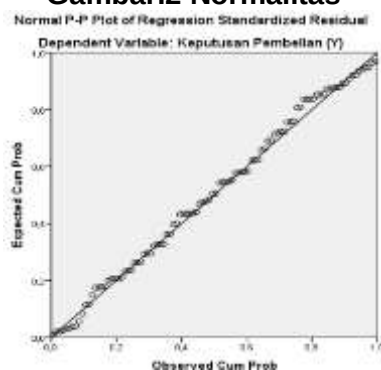
Gambar.1 Hasil Uji Normalitas Histogram



Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambar pola data yang baik Regression Standarized Residual membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi klasik.

2. P-Plot Normalitas

Gambar.2 Normalitas



Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian cenderung normal.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (Variance Inflasi Factor/VIF), yang tidak melebihi 4 atau 5.

Tabel.1. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16,463	3,143		5,238	,000		
Kualitas Produk (X1)	,398	,096	,465	4,154	,000	,475	2,104
Kualitas Pelayanan (X2)	,209	,102	,230	2,057	,042	,475	2,104

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

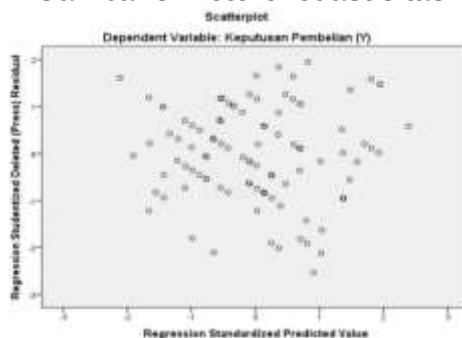
Variabel independen yakni Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 4 atau 5), sehingga tidak menjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini.

4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar.3. Heterokedastisitas



Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas / teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas” pada model regresi.

C. Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi berganda dapat dilihat dari nilai koefisien B pada tabel berikut ini :

Tabel.2. Koefisien Regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16,463	3,143		5,238	,000		
Kualitas Produk (X1)	,398	,096	,465	4,154	,000	,475	2,104
Kualitas Pelayanan (X2)	,209	,102	,230	2,057	,042	,475	2,104

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Dari perhitungan dengan menggunakan program komputer dengan menggunakan SPSS (Statistical Program For Social Schedule) versi 23.0 di dapat:

$$a = 16,463$$

$$b1 = 0,398$$

$b_2 = 0,209$

Jadi persamaan regresi ganda linier untuk dua prediktor (Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan) adalah:

$$Y = 16,463 + 0,398 X_1 + 0,209 X_2$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa variabel bebas (Kualitas Produk) dan (Kualitas Pelayanan) memiliki koefisien b_i yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai hubungan yang searah terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki kontribusi relatif yang paling besar di antara variabel lainnya.

D. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Penguji hubungan variabel bebas Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat (Y) Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel.3. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	16,463	3,143		5,238	,000	
Kualitas Produk (X1)	,398	,096	,465	4,154	,000	,475
Kualitas Pelayanan (X2)	,209	,102	,230	2,057	,042	,475

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

1) Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan data tabel uji t di atas dapat diketahui bahwa perolehan nilai coefficients : $t_{hitung} = 4,154$ $t_{tabel} = 1,660$ Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- H_0 ditolak bila : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau - $t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$,
- H_0 diterima bila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau - $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengujian di atas variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,154 dengan nilai signifikan 0,000 sedangkan nilai ketentuan untuk 100 sample t_{tabel} sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} 4,154 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan data tabel uji t di atas dapat diketahui bahwa perolehan nilai coefficients : $t_{hitung} = 2,057$ $t_{tabel} = 1,660$ Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- H_0 ditolak bila : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau - $t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$,
- H_0 diterima bila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau - $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,057 dengan nilai signifikan 0,042 sedangkan nilai ketentuan untuk 100 sample t_{tabel} sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} 2,057 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal

2. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis substantial dalam penelitian ini adalah : Kualitas Produk (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Agar dapat dilakukan pengujian statistik, maka hipotesis substantial tersebut di konversi ke dalam hipotesis statistik sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ {apabila semua koefisien β adalah sama dengan nol, maka Kualitas Produk (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)}.

Ha : Salah satu $\beta \neq 0$ {apabila salah satu koefisien β tidak sama dengan nol, maka Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)}.

Ketentuannya, jika nilai Sig pada tabel Anova $\alpha 0,05$, maka Ho diterima. Data yang diperlukan untuk menguji hipotesis di atas adalah sebagai berikut :

Tabel.4. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	320,626	2	160,313	35,639
	Residual	436,334	97	4,498	
	Total	756,960	99		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber : Data Diolah oleh IBM SPSS 23 (2021)

$F_{tabel} = Df1 = k-1 = 3-1=2$, $Df2 = n-k-1 = 100-2-1= 97$ adalah 3,94 Fhitung = 35,639

a. Fhitung > F_{tabel} = Ho ditolak, taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.2 tailed $\leq 0,05$)

b. Fhitung < F_{tabel} = Ho diterima, taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.2 tailed $\leq 0,05$)

Berdasarkan data tabel 4.10. uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 35,639 dengan nilai signifikan 0,000 pada F_{tabel} untuk 100 sample dengan signifikan 0,05 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,94 maka diperoleh Fhitung $35,639 > F_{tabel}$ 3,94 dengan nilai signifikan 0,000 dibawah nilai 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal.

E. Koefisien Determinasi (R-Square)

Selanjutnya dengan melihat R-Square akan dapat dilihat bagaimana sebenarnya nilai kontribusi kedua variabel bebas terhadap variabel terikat :

Tabel.5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.651 ^a	.424	.412	2,12092	2,075

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah oleh IBM SPSS 23 (2021)

Melalui tabel di atas terlihat bahwa nilai R adalah 0,651 dan R-Square adalah 0,424 atau 42,4%. Dari nilai R-Square dapat diketahui bahwa secara bersama Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh sebesar 42,40%, sedangkan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji statistik Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal Dikarenakan hasil thitung (4,154) > ttabel (1,660) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Jufrizen, 2017), (Sedarmayanti & Safer, 2016), (Jufrizen & Rahmadhani, 2020), (Luthans, 2019), (Jufrizen, 2015) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Hasil penelitian (Hananto, 2015) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kualitas Produk, Haryanto (2013) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan produk secara keseluruhan. Hasil yang didapat dari

penelitian ini yaitu dimana Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Kopi Senja. Dengan adanya produk yang berkualitas, bervariasi serta memiliki ciri khas lain dengan produk lain maka akan meningkatkan keputusan konsumen terhadap Angkringan Kopi Senja.

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada produk yang dihasilkan oleh Angkringan Kopi Senja yaitu dimana produk yang dihasilkan kurang menarik atau kurang inovatif dalam penyajiannya sehingga konsumen merasa kurang terkesan. Untuk meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya Angkringan Kopi Senja membuat kreasi yang inovatif serta membuat ciri khas tersendiri sehingga konsumen merasa penasaran dan meningkatkan konsumen pada keputusan pembelian pada Angkringan Kopi Senja, jika Angkringan Kopi Senja tidak melakukan hal tersebut maka yang terjadi yaitu sebaliknya, keputusan pembelian akan menurun. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki harga yang relatif sedikit lebih mahal dari para pesaing. Demi meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya Angkringan Kopi Senja memberikan potongan harga untuk produk tertentu demi meningkatkan keputusan pembelian, jika tidak dilakukan potongan harga ataupun menurunkan harga maka pesaing akan menggunakan kesempatan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, begitu sebaliknya jika Angkringan Kopi Senja melakukan potongan harga maka keputusan pembelian konsumen terhadap Angkringan Kopi Senja akan meningkat.

Saran bagi Angkringan Kopi Senja demi meningkatkan Keputusan Pembelian yaitu agar membuat kreasi, inovatif lebih menarik hasil yang disajikan, selain itu sebaiknya Angkringan Kopi Senja memberikan promo atau potongan harga demi meningkatkan keputusan pembelian pada Angkringan Kopi Senja dan membuat variasi menu yang beragam agar konsumen memiliki banyak pilihan untuk pemesanan makanan ataupun minuman yang ditawarkan demi meningkatkan keputusan pembelian pada Angkringan Kopi Senja.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji statistik Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal. Dikarenakan hasil thitung ($2,057$) > ttabel ($1,660$) dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dewi & Sudibya, 2016), (Jufrizen, 2017), (Gultom et al., 2020), (Jufrizen, 2015) dan (Mansor et al., 2013) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Hasil penelitian (Istiqamah et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kualitas pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, (Amir, 2018). Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu dimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Kopi Senja, dengan pelayanan yang baik dalam melayani konsumen maupun pelayanan dengan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai maka akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap Angkringan Kopi Senja.

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada Angkringan Kopi Senja yaitu dimana pelayanan yang diberikan kurang sigap, cepat dan tanggap, sehingga konsumen merasa harus menunggu sedikit lama, kurang ramahnya karyawan Angkringan Kopi Senja dalam menyambut konsumen menjadi faktor penting dalam bisnis coffee shop. Dengan demikian sebaiknya Angkringan Kopi Senja memberikan arahan kepada karyawan untuk ramah dalam pelayanan, serta cepat dan sigap dalam melayani konsumen demi meningkatkan keputusan konsumen, jika hal itu tidak dilakukan maka yang terjadi adalah sebaliknya, menurunnya keputusan pembelian terhadap Angkringan Kopi Senja dikarenakan kurangnya ramah, sigap dan cepat dalam menyajikan coffee maupun melayani konsumen.

Saran bagi Angkringan Kopi Senja demi meningkatkan Keputusan Pembelian melalui Kualitas Pelayanan yaitu lebih mengutamakan kesigapa, kecepatan dalam menyajikan coffee sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama, serta meningkatkan fasilitas sarana yang memadai.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal Dikarenakan hasil Fhitung (35,639) > Ftabel (3,94) dengan nilai signifikan 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan nilai R Square sebesar 0,424 atau 42,40% yang berarti bahwa hubungan antara Keputusan Pembelian (Y) dengan Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah Sedang, sedangkan sisanya 57,60% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dewi & Sudibya, 2016), (Jufrizen, 2017), (Gultom et al., 2020), (Jufrizen, 2015) (Sedarmayanti & Safer, 2016) dan (Mansor et al., 2013) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Hasil penelitian (Istiqamah et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Hasil penelitian (Hananto, 2015) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal Responden pada penelitian ini berjumlah 100 konsumen, kemudian telah dianalisa, maka kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan dan positif variabel Kualitas Produk (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal yang ditunjukkan dari hasil thitung (4,154) > ttabel (1,660) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Terdapat pengaruh signifikan dan positif variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal yang ditunjukkan dari hasil thitung (2,057) > ttabel (1,660) dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$ yang artinya Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3. Dari Uji Fhitung adalah 35,639 dengan probabilitas sig $0,000 < \alpha 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada taraf $\alpha 0,05$. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh R Square sebesar 0,424 atau 42,40% yang berarti bahwa hubungan antara Keputusan Pembelian (Y) dengan Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah sedang, sedangkan sisanya 57,6% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

6. REFERENSI

Ardila, I., & Fadhila, N. F. N. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen, 1(1).

- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Hadnphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 14–23.
- Batubara, H. C., & Putri, A. A. (2021). Pengaruh Ratio Profitabilitas dan Ratio Aktivitas Terhadap Current Ratio pada Perusahaan Sub Sektor Pulp dan Kertas yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 51-61.
- Daulay, R., Kurnia, E., & Maulana, I. (2019, October). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan pada perusahaan daerah di Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 209-218).
- Fransiska, Y., & Tupti, Z. (2020). Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 224-234.
- Gultom, D. K., & CHRISTIANA, I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1(1), 76-86.
- Hananto, K. (2015). Pengaruh Brand Image Dan Country of Origin Image. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 13–22.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Jasin, H., Mujiatun, S., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 86-102.
- Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Doctoral dissertation, UMSU).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, M., & Habibi, F. (2021). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart (Doctoral dissertation, UMSU).
- Pulungan, D. R., & Arda, M. (2019). Kompetensi dosen dan pencapaian hasil belajar mahasiswa. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 2(2), 115-124.
- Purnama, N. I., & Rialdy, N. (2019, October). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 174-181).
- Putra, S. (2019). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Pricie to Book Value pada Perusahaan sub sektor Perkebunan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2013-2017 (Doctoral dissertation).
- SAYUSMA, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN INDIHOME PADA PT. TELKOM INDONESIA WITEL MEDAN (Doctoral dissertation, UMSU).
- Sipahutar, R. P., & GULTOM, D. K. (2018). PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO DAN LONGTERM DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP RETUN ON EQUITY DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI BURSA EFEK INDONESIA. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Yusnandar, W. (2019). Pengaruh kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai pt. Perkebunan nusantara iv medan (Doctoral dissertation, UMSU).