

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada S2 Komputer Paciran-Lamongan

Wahyu Prihatiningsih^{1*}, Suyitno^{2*}, Rizky Wahyudha R^{3*}

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

Abstract

Introduction: This study aims to determine the effect of service quality and product quality on purchasing decision in S2 Paciran-Lamongan Computers. **Method:** The numbers of samples taken in this study were 100 respondents who were S2 Computer consumer. The sampling technique in this study used the Simple Random Sampling method. Data collection is done using a questionnaire. **Finding/Results:** Based on the results of the analysis that has been done obtained a regression equation that is $Y = 2.205 + 0.198 x_1 + 0.482 x_2 + e$, from the results of statistical analysis, it is known that there are positive and significant influences, independent variables affect the dependent variable with the results of simultaneous F count test $(178,574) >$ from F table (3.09), with a significant level of 0.004 and 0,000 below 0.005, meaning that simultaneously there is an influence of location variables and prices on purchasing decisions. The results of the R² correlation test show that the results of R square of 0.786 means that the contribution of the influence of the independent variables on the dependent variable is 78.6% while the remaining 21.4% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

Article Info

Affiliation:

Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Univeristas Muhammadiyah
Lamongan, Jawa Timur,
Indonesia.

*Correspondence: E-mail
address:

yitnomasdar@gmail.com
rwahyuda96@gmail.com

Article History:

Received: 15 November 2019

Accepted: 18 April 2020

1. Pendahuluan

Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan perlengkapan perangkat keras alat-alat komputer (hardware) dan perangkat lunak komputer (software), maka kami berinisiatif untuk membuka suatu usaha yang up to date dan mengerti akan kebutuhan masyarakat untuk memenuhi perlengkapan perangkat keras dan lunak alat-alat komputer. S2 Komputer didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang perlengkapan perangkat keras alat-alat teknologi IT yang tentunya kami jual dengan garansi resmi serta legal secara hukum.

Dalam proses pembelian akan terlihat bahwa faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk akan ikut menentukan. Keputusan pembelian biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk. Para konsumen cenderung akan memilih membeli pada toko yang memiliki kualitas pelayanan yang baik oleh penjual dan kualitas produk yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen merasa bahwa mereka telah diperhatikan.

Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan prosedur pelayanan (Anwar, 2002). Menurut Kotler (2016), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi, karena itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, kini semakin disadari bahwa pengaruh pelayanan merupakan aspek penting dalam rangka persaingan bisnis.

Disisi lain, hal yang menjadikan seseorang untuk melakukan pembelian lainnya adalah kualitas produk. Semakin berkualitas produk tersebut maka semakin mudah konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian. Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Penelitian ini di lakukan di salah satu toko yang menjual peralatan komputer yang ada di desa Paciran-Lamongan. Usaha penjualan peralatan komputer ini menawarkan berbagai macam produk komputer beserta komponen-komponen lainnya yang memiliki kualitas produk yang terjamin serta memberikan pelayanan yang ramah sehingga banyak dari konsumen melakukan pembelian di S2 Komputer Paciran-Lamongan. Dalam penelitian ini variabel yang difokuskan yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Tjiptono, 2001). Dan Menurut Kotler (2016) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dan produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama yang disusun menjadi indikator yang telah disesuaikan sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali;
2. Daya Tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera;
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*);
4. Empati (*emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman;
5. Bukti Fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2.2 Kualitas Produk

Menurut Feigenbaum (1986), menunjukkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut Garvin (1998), menunjukkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses, serta lingkungan yang mematuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Dengan melihat definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Kualitas yang telah ditentukan merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan

konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa dimensi kualitas produk meliputi: **Pertama**, *Performance* (kinerja) berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk; **Kedua**, *Durability* (daya tahan) yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk; **Ketiga**, *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk; **Keempat**, *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk; **Kelima**, *Reliability* (kehandalan) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan; **Keenam**, *Aesthetics* (estetika) berhubungan dengan bagaimana penampilan produk; **Ketujuh**, *Perceived quality* (kesan kualitas) sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan; **Kedelapan**, *Serviceability* (kemampuan pelayanan) meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah-masalah. Menurut Kotler (2014) ada empat indikator keputusan pembelian yaitu, Kemantapan pada sebuah produk, kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen; Kebiasaan dalam membeli produk, pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama; Memberikan rekomendasi pada orang lain, memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan suatu bentuk perintah; Melakukan pembelian ulang, individu melakukan pembelian produk atau jasa dan menentukan untuk membeli lagi, maka pembelian kedua dan selanjutnya disebut pembelian ulang.

2.4 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan Ismayanti (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Spesial Sambal

Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta”. Berdasarkan hasil penelitiannya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung Spesial Sambal Plengkung Gading jalan Mayjen Suyoto Yogyakarta dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Daulay Nurjannah (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Mansyur Medan)”. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Ayam Penyet Surabaya Jl. Mansyur Medan adalah signifikan dan variabel yang mempunyai pengaruh dominan adalah kualitas pelayanan karena mempunyai koefisien determinasi parsialnya paling besar dibanding variabel kualitas produk.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan.

H₁: Diduga terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan.

H₂: Diduga terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan.

3. Metode Penelitian

3.1 Obyek Penelitian

Sugiyono (2016), menyatakan bahwa obyek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan suatu situasi dari obyek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian. Adapun obyek dalam penelitian ini adalah S2 Komputer. S2 Komputer merupakan toko yang menjual berbagai macam perlengkapan komputer. Dalam penelitian ini penulis akan mengumpulkan data mengenai pembelian. Penelitian dilaksanakan di S2 Komputer Paciran-Lamongan dengan menggunakan metode *survey* dan kuesioner.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Dan menurut Sekaran (2013), populasi mengacu pada seluruh masyarakat, peristiwa atau hal yang menarik untuk di teliti oleh

peneliti. Dari beberapa pengertian diatas dapat di simpulkan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan subjek yang akan di teliti di wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di S2 Komputer Paciran-Lamongan.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan menurut Arikunto (2010) menyatakan bahwa penentuan pengambilan sampel memiliki syarat yaitu apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung dari sedikit banyaknya kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah konsumen S2 Komputer dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 * P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan
- $Z_{1-\alpha/2}$: Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
- P : Maksimal estimasi = 0.5
- D : sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{0.1^2} = 96.04 = 100$$

Berdasarkan rumus diatas maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang, maka pada penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Angket (kuisisioner), menurut Husein (2011) kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden dan responden akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut. Pemilihan teknik angket dalam penelitian ini agar memperoleh data yang akurat secara langsung dari orang-orang yang akan dimintai data. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert

(1-5) yang mempunyai lima tingkat preferensi jawaban masing-masing dengan rincian sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS): Skor 1; Tidak Setuju (TS): Skor 2; Cukup Setuju (CS): Skor 3; Setuju (S): Skor 4; Sangat Setuju (SS): Skor 5;

2. Interview, Menurut Sugiyono (2016) Interview merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Teknik wawancara dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui tatap muka atau melalui telepon. Dalam penelitian ini, interview dilakukan berkaitan dengan alasan responden memilih melakukan pembelian di S2 Komputer;
3. Observasi, Observasi menurut Sugiyono (2016) teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan menjadi partisipan (observer partisipatif) untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian, yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian;
4. Dokumentasi, Teknik dokumentasi adalah pengumpulan data dan informasi melalui arsip dan dokumentasi (Husein, 2011). Untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya, maka digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi berguna untuk memperoleh data tentang jumlah pelanggan dan data tentang gambaran umum S2 Komputer, dan data-data lain yang mendukung;
5. Studi Pustaka, Studi pustaka menurut Nazir (2014) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan perbandingan antara teori dengan prakteknya di lapangan. Data sekunder melalui metode ini diperoleh dengan browsing di internet, membaca berbagai literatur, hasil kajian dari peneliti terdahulu, catatan perkuliahan, serta sumber-sumber lain yang relevan.

3.4 Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka beberapa metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrumen dapat dikatakan valid atau shahih apabila mampu mengukur apa yang dii ginkan dalam mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas digunakan rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson (Arikunto, 2013) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
 $\sum xy$: Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
 $\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X
 $\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai Y
 $(\sum x)^2$: Jumlah nilai X kemudian di kuadratkan
 $(\sum y)^2$: Jumlah nilai Y kemudian di kuadratkan

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeted measure* atau pengukuran yaitu seseorang akan di sodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya;
2. *One shot* atau pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan yang lain atau mengukur korelasi antara jawaban dengan pertanyaan. Uji rellibilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 19.0, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.5 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi dan residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan

mengikuti garis diagonalnya. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak, sebagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan heteroskedastisitas, sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola literatur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas;
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat;
- Jika antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas;

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Multikolinieritas terjadi apabila nilai *tolerance* > 1 atau sama dengan nilai $VIF < 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolelir.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu (*time series*) karena gangguan pada individu atau kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin Watson* dengan membandingkan nilai *durbin watson* hitung (d) dengan *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (d_u) dan batas bawah (d_L). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika $0 < d < d_L$, maka terjadi autokorelasi positif;
- Jika $d_L < d < d_u$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak;
- Jika $d - d_L < d < 4$, maka terjadi autokorelasi negative;
- Jika $4 - d_u < d < 4 - d_L$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak;
- Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variable terikat yaitu X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Kualitas Produk), Y (Keputusan Pembelian) di S2 Komputer Paciran. Untuk menjada akurasi dan validitas penelitian maka peneliti menggunakan SPSS sebagai alat perhitungan ini. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat atau response (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel bebas atau prediktor (Lokasi)

X_2 = variabel bebas atau prediktor (Harga)

a = Konstanta

b = *Slope* atau koefisien estimate

e = *Error*

Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (lokasi dan harga) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan pembelian) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2

pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti *R²*, nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2016) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fitnya*. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta = 0$, artinya variabel-variabel bebas secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- $H_a: \beta \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t table. Apabila $t_{table} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila $t_{table} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk melihat apakah variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.
- $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Kriteria pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi sebagai berikut:

- Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel lokasi dan harga secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
- Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel lokasi dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (untuk tingkat signifikansi = 5%).

Membandingkan nilai F hitung dengan F table Apabila $F_{table} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, Apabila $F_{table} < F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan cakupan dari variabel yang diungkap dalam konsep tersebut secara operasional, secara praktis dan nyata dalam lingkup obyek penelitian yang diteliti. Variabel yang digunakan yakni variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas, stimulus, prediktor dan antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependent. Variabel bebas yang digunakan peneliti adalah kualitas pelayanan (X1) dan kualitas harga (X2).

Variabel terikat

Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat, output, kriteria dan konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan peneliti yakni keputusan pembelian (Y).

4. Analisis dan Pembahasan

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

S2 Komputer merupakan salah satu toko yang menyediakan peralatan komputertidak hanya menyediakan peralatan komputer, S2 Komputer juga melayani servis printer, speaker dan masih banyak yang lainnya. Toko tersebut sudah berjalan hampir 13 Tahun di bawah pimpinan bapak Ainin Naim pemilik toko S2 Komputer. Toko tersebut berdiri pada tahun 2006 di ruko depan SDN Paciran, bermula dari kegemarannya akan dunia IT serta kegigihannya untuk membangun sebuah toko yang menyediakan berbagai peralatan komputer akhirnya bapak naim mendirikan toko yang dinamai S2 Komputer pada tahun 2006. Kemudian pada tahun 2009 berpindah tempat di depan pantai lorena yang saat ini bangunan tersebut beralih fungsi menjadi cafe, sebelum jago merah melahap habis bangunan S2 komputer, setelah

kejadian tersebut pada tahun 2012, S2 komputer berpindah tempat di jalan raya deandles paciran tepat di depan Puskesmas Paciran sampai saat ini. Visi dan Misi S2 Komputer yaitu mempermudah masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan alat-alat komputer dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, harga yang bersahabat dan sesuai kualitas prodak serta menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi S2 Komputer

4.2 Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,836	0,196	Valid
2	0,814	0,196	Valid
3	0,774	0,196	Valid
4	0,722	0,196	Valid
5	0,810	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 5 pada variabel kualitas pelayanan lebih besar dari r tabel (0,196), maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan tersebut dikatakan valid.

Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,822	0,196	Valid
2	0,794	0,196	Valid
3	0,724	0,196	Valid
4	0,856	0,196	Valid
5	0,866	0,197	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 5 pada variabel kualitas produk lebih besar dari r tabel (0,196), maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas produk tersebut dikatakan valid.

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,867	0,196	Valid
2	0,758	0,196	Valid
3	0,798	0,196	Valid
4	0,841	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 4 pada variabel keputusan pembelian lebih besar dari r tabel (0,196), maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel keputusan pembelian tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

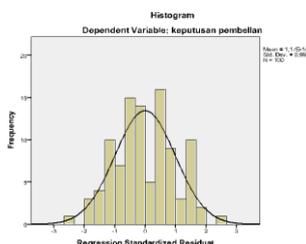
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Standard	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,845	0,6	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,871	0,6	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,834	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan variabel memiliki *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

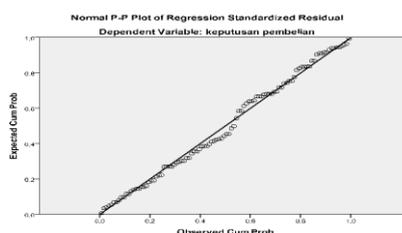
Uji Normalitas



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar diatas dapat dilihat dari hasil pengolahan data diketahui bahwa grafik variabel Y mengikuti bentuk distribusi normal dengan bentuk histogram yang hampir sama dengan bentuk distribusi normal yang ditentukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

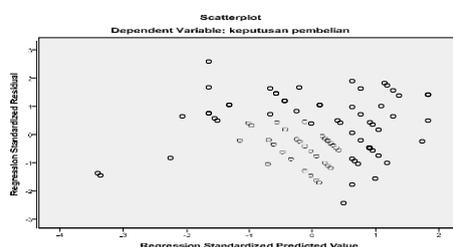


Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik Normal Probability Plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil model tersebut normal, karena dilihat dari data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constan)		3,275	,001		
	Kualitas Pelayanan	,272	2,962	,004	,260	3,839
	Kualitas Produk	,642	6,979	,000	,260	3,839

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel diatas menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga tidak terdapat satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dalam variabel independen. Uji autokorelasi ini dilakukan dengan metode *Durbin-Watson* (DW). Berikut hasil uji autokorelasi :

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
				Durbin-Watson	
1	,887 ^a	,786	,782	1,10387	1,178

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Berdasarkan tabel diatas nilai Durbin Watson sebesar 1,178, pembanding menggunakan nilai signifikasi 5%, jumlah sampel 100 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2), di tabel Durbin Watson akan didapat nilai d_u sebesar 1,72. Dengan ketentuan apabila nilai $d_L < (4-d) > d_u$, maka terjadi autokorelasi dan apabila $(4-d) > d_u$, harus lebih besar dari d_u , atau dilihat maka

terhindar dari autokorelasi. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $(4-d) > du ((4-1,178) > 1,715) = 2,822 > 1,715$. Dengan demikian tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat atau response

X1 = Variabel bebas atau prediktor (Kualitas Pelayanan)

X2 = variabel bebas atau prediktor (Kualitas Produk)

a = Konstanta

b = Slope atau koefisien estimate

e = Error

Berdasarkan pengujian menggunakan *software statistic*, maka hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,205	0,637
	Kualitas Pelayanan	0,198	0,067
	Kualitas Produk	0,482	0,069

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan berikut ini:

$$Y = 2,205 + 0,198 x_1 + 0,482 x_2 + e$$

Apabila seluruh variabel idependen dianggap konstan maka nilai variabel dependen adalah sebesar 2,205, dapat dilihat juga nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,198 sedangkan nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,482. Maka dapat diartikan bahwa variabel X2 lebih berpengaruh dibandingkan dengan variabel X1.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, semakin tinggi nilai R2 maka semakin besar pula nilai proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,887 ^a	0,786	0,782	1,10387

- a. Predictors: (constant), kualitas produk, kualitas pelayanan
 b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Dilihat pada tabel diatas diperoleh hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,786 (78,6%), maknanya bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 78,6% dan sisanya 21,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel, apakah variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) benar-benar berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,205	,673		3,275	,001
	x1	,198	,067	,272	2,962	,004
	x2	,482	,069	,642	6,979	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal ini dapat dilihat karena pada t hitung (2,962) lebih besar dari pada t tabel (1,660) dan nilai signifikan (0,04) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal ini dapat dilihat karena pada t hitung

(6,979) lebih besar dari pada t tabel (1,660) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, dari uji F yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	435,193	2	217,597	178,574	,000 ^a
	Residual	118,197	97	1,219		
	Total	553,390	99			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 10 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung (178,574) > dari F tabel (3,09), maka dapat disimpulkan bahwa H_a di terima dan H_0 di tolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

4.3 Pembahasan

Analisis data yang pertama oleh peneliti yaitu melihat pada uji validitas dan reliabilitas, dan dari hasil data tersebut dapat diketahui bahwa data yang ada bersifat valid dan reliabel, jika hasil dari pengolahan data uji validitas r hitung lebih besar dari r tabel (0,196) dan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari kriteria reliabilitas/*cronbach's standart* (0,6) yang telah ditentukan. Setelah hasil dari uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan dengan uji-uji yang lain untuk mengetahui pengaruh pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di S2 Komputer Paciran-Lamongan. Selanjutnya peneliti melakukan olah data pada uji asumsi klasik yaitu untuk mengetahui apakah didalam data tersebut terdapat masalah-masalah asumsi klasik, pada uji asumsi klasik ini terdapat 4 pengujian yaitu:

1. Uji normalitas, yaitu untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dari data yang diolah dapat dilihat dari hasil uji normalitas pada

grafik histogram memperlihatkan bahwa data tersebut normal, dan pada garafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa data tersebut normal karena data menyebar di sekitar garis diagonal, terlihat juga pada tabel *kolmogorov smirnow* hasil dari *asympt. Sig. (2 tailed)* yaitu (0,160), hal ini dapat dikatakan normal karena lebih besar dari kriteria yang telah ditentukan (0,05).

2. Uji heteroskedastiditas, pada uji ini untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda anatr observasi satu dengan observasi lain. dan dari hasil penelitian uji heteroskeastisitas ini tidak memperlihatkan adanya masalah heteroskedastisitas hal ini dikarenakan titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka angka (0) pada sumbu (Y).
3. Uji multikolinearitas, yaitu digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Pada hasil uji multikolinearitas ini tidak memperlihatkan adanya masalah multikolinearitas, itu dikarenakan nilai *tolerance* (0,260) lebih besar dari (0,1) dan nilai VIF (3,839) lebih kecil dari (10).
4. Uji Autokorelasi, Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi linier ada atau tidak korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya. Nilai Durbin Watson sebesar 1,178, pembanding menggunakan nilai signifikasi 5%, jumlah sampel 100 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2), di tabel Durbin Watson akan didapat nilai du sebesar 1,72. Dengan ketentuan apabila nilai $dL < (4-d) > du$, maka terjadi autokorelasi dan apabila $(4-d) > du$, harus lebih besar dari du, atau dilihat maka terhindar dari autokorelasi. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $(4-d) > du ((4-1,178) > 1,715) = 2,822 > 1,715$. Dengan demikian tidak terjadi autokorelasi.
5. Pada analisis regresi linier berganda, pada dasarnya analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan persamaan atas hasil analisis regresi linear berganda adalah $Y = 2,205 + 0,198 x_1 + 0,482 x_2 + e$, dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh lebih besar dibanding dengan variabel kualitas pelayanan (X1) pada S2 Komputer Paciran-Lamongan. Hasil hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran – Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,004 < 0,05) dan T hitung sebesar 2,962 yang lebih besar dari T tabel 1,661 (t hitung 2,962 > t tabel 1,660).

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran - Lamongan .

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran – Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan T hitung sebesar 6,979 yang lebih besar dari T tabel 1,660 (t hitung 6,979 > t tabel 1,660). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran - Lamongan. Kualitas produk dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F, menunjukkan adanya pengaruh secara simultan bersama-sama antara variabel independen kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran - Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikansi 0,004 dan 0,000 dibawah 0,05, hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian ini.

Dalam pengaruh secara simultan ini dihasilkan koefisien korelasi berganda (R) sebesar 88,7% dari data yang ada menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang erat terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran - Lamongan. Koefisien determinasi berganda (R²) sebesar 78,6% dari data tersebut menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran - Lamongan, sedangkan sisanya 21,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat menarik kesimpulan mengenai judul “Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada S2 Komputer Paciran-Lamongan” yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t (parsial) diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian S2 Komputer Paciran-Lamongan terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan T hitung sebesar 2,962 yang lebih besar dari T tabel 1,660 (t hitung 2,962 > t tabel 1,660). Maka H_a diterima H₀ ditolak. Jika variabel

kualitas pelayanan di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,198.

2. Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji T (parsial) diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig. } 0,000 < 0,05$) dan T hitung sebesar 6,979 yang lebih besar dari T tabel 1,660 ($t \text{ hitung } 6,979 > t \text{ tabel } 1,660$). Maka H_a diterima H_0 ditolak. Jika variabel kualitas produk di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,482.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F (simultan), menunjukkan adanya pengaruh secara simultan bersama-sama antara variabel independen kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan terbukti dengan tingkat signifikansi 0,000 dibawa 0,05, dan F hitung (178,574) > dari F tabel (3,09), maka dapat disimpulkan bahwa H_a di terima dan H_0 di tolak. Terlihat juga pada koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 78,6% sedangkan sisanya 21,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

6. Implikasi Dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka implikasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang disertai dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Tjiptono:2008). Dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada S2 Komputer Paciran-Lamongan, hal ini dapat mengandung implikasi supaya perusahaan dapat mempertahankan kualitas pelayanan atau juga bisa meningkatkan kualitas pelayanan tersebut agar perusahaan ini tetap diminati para pelanggan.
- b. Kualitas Produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan (Crosby, 1979). Dari penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian suatu perusahaan (toko) jika memiliki kualitas produk yang baik, maka akan menjadi nilai positif bagi pelanggan dan diharapkan pada perusahaan agar selalu menjaga kualitas produknya sehingga konsumen tidak berpindah dari toko S2 Komputer ke toko lainnya.

2. Implikasi Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan, sekaligus sebagai masukan pemikiran bagi perusahaan (toko) untuk memperhatikan kualitas pelayanan kualitas produknya, karena dengan perkembangan zaman yang begitu pesat, maka perusahaan dituntut memiliki nilai plus dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Dalam penentuan variabel penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, tanpa banyak kesempatan untuk menelaah lebih seksama;
- b. Kurang optimalnya penelitian dikarenakan keterbatasan waktu akibat pergantian judul serta objek penelitian;
- c. Banyak faktor yang mempengaruhi penelitian, salah satu faktor yaitu adanya responden yang mengisi kusioner dengan asal menjawab dikarenakan keterbatasan waktu akan kesibukan responden;
- d. Adanya keterbatasan finansial dan dana karena penelitian ini dilakukan secara mandiri tanpa adanya pihak lain yang terlibat.

Daftar Pustaka

Sumber Literatur:

- Anwar, Prabu M. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Crosby, Philip B. (1979). *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*. New York: New American Library.
- Feigenbaum, A. V. (1986). *Total Quality Control*. 3th Ed. Singapore: McGraw-Hill.
- Garvin, David A. (1998). *Managing Quality*. New York: The Free Press
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Ke-8. Cetakan Ke-7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Iqbal. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Ke-11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi Ke-14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga Press.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi Ke-14. Jilid 2. Jakarta: Erlangga Press.
- Kotler, P., & Kevin, L. Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Press
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Santoso.,& Tjiptono. (2001). *Riset Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono,Fandy. (2012). *Total Quality Management*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Sumber Penelitian:

- Daulay, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Mansyur Medan)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Ismayanti. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Spesial Sambel Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Sumber Internet:

- Duwi. (2011). *Analisis Regresi Linear Berganda*. Dikutip Pada 23 Juli 2019 dari <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda/html?m=1>.
- Faizal. (2018). *Memahami Perbedaan Data Primer dan Sekunder*. Dikutip Pada 24 Juli 2019 dari <http://www.sharingid.com/memahami-perbedaan-data-primer-dan-sekunder/>.
- Fatih. (2015). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya*. Dikutip Pada 22 Juli 2019 dari <https://maxmanroe.com/vid/contact>.
- Hidayat, A. (2017). *Pengertian Dan Penjelasan Uji Autokorelasi Durbin Watson*. Dikutip Pada 24 Juli 2019 dari <http://www.statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-durbin-watson-spss.html>.
- Junaidi. (2015). *Tabel Durbin Watson*. Dikutip Pada 24 Juli 2019 dari <https://www.coursehero.com/file/12709548/tabel-durbin-watson/>.
- Muhammad, N. (2008). *Uji Asumsi Klasik*. Dikutip Pada 22 Juli 2019 dari <https://dataolah.blogspot.com/2012/07/v-behavioruridefaultvmlo.html>.
- Siswandari. (2012). *Uji Asumsi Klasik*. Dikutip Pada 22 Juli 2019 dari <https://dataolah.blogspot.com/2012/07/v-behavioruridefaultvmlo.html?m=1>.