

Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Keripik Balado Christine Hakim

Maizul Rahmizal¹⁾, Hummi Hurairah²⁾

^{1,2)}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Keuangan, Perbankan dan Pembangunan, Padang, Indonesia

Email: ¹⁾maizul.rahmizal@mail.ugm.ac.id ²⁾hurairahhummi@gmail.com

Abstrak - Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 orang dengan menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t dan Uji F. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Program for Social Sciences (SPSS)* versi 25. Secara parsial diketahui bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial diketahui bahwa kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan diketahui bahwa pelayanan prima dan kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian.

Abstract - The purpose of this study was to determine and analyze the effect of excellent service on purchasing decisions, to determine and analyze the effect of product completeness on purchasing decisions, and to determine and analyze the effect of excellent service and product completeness on product purchasing decisions at Chips Balado Christine Hakim. The approach used in this research is a quantitative approach. The population in this study were consumers who visited and purchased products at Christine Hakim's Balado Chips and the sample used in this study was 98 people using simple random sampling. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The data analysis technique in this study used Multiple Linear Regression, Classical Assumption Test, t-test and F-test. Data processing in this study used the Statistical Program for Social Sciences (SPSS) version 25. Partially it is known that excellent service has a positive and significant influence on purchasing decisions. Partially it is known that the completeness of the product does not have a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously it is known that excellent service and product completeness have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Excellent Service, Product Completeness, Purchase Decision.

1. PENDAHULUAN

Kebanyakan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh konsumen lain. Ketika seorang konsumen menerima persepsi mengenai suatu produk dengan baik, maka ia akan memiliki persepsi bahwa produk tersebut baik dan akan mencoba produk tersebut. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat dan kompetitif bagi Keripik Balado Christine Hakim dalam menciptakan produk yang diminati konsumen agar pengunjung yang datang ke Keripik Balado Christine Hakim semakin bertambah.

Pelayanan prima menjadi masalah dan faktor yang diperhitungkan konsumen dalam memutuskan keputusan pembelian. Pelayanan yang maksimal bukan sekedar membuat konsumen merasa nyaman tetapi juga bisa memotivasi konsumen untuk berkunjung kembali.

Kelengkapan produk menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam bisnis *home industry* sentral oleh-oleh. Dengan kelengkapan produk yang disajikan dan banyaknya corak barang dari berbagai kategori, jenis dan merk akan menyebabkan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengadaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang berdaya guna tidak hanya menarik minat belanja tetapi dapat juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.

Di tengah-tengah persaingan bisnis *home industry* saat ini yang semakin ketat membuat Keripik Balado Christine Hakim kehilangan konsumen dimana dapat dilihat dari setiap bulannya kunjungan konsumen mengalami fluktuasi. Keputusan pembelian Keripik Balado Christine Hakim berkurang karena terjadinya penurunan pengunjung. Oleh sebab itu, untuk tetap dapat meningkatkan kunjungan konsumen maka, perusahaan harus berupaya menggunakan berbagai cara dan metode untuk membuat konsumen lebih tertarik dan lebih cepat mengambil keputusan dalam pembelian produk. Dengan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang merasa puas akan metode yang ditawarkan oleh Keripik Balado Christine Hakim maka, diharapkan konsumen dapat memberikan informasi ke konsumen lainnya agar terpengaruh untuk ikut mengambil keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim.

Kebanyakan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh konsumen lain. Ketika seorang konsumen menerima persepsi mengenai suatu produk dengan baik, maka ia akan memiliki persepsi bahwa produk tersebut baik dan akan mencoba produk tersebut. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat dan kompetitif bagi Keripik Balado Christine Hakim dalam menciptakan produk yang diminati konsumen agar pengunjung yang datang ke Keripik Balado Christine Hakim semakin bertambah. Keripik Balado Christine Hakim memerlukan dukungan dan strategi serta usaha pemasaran yang aktif sehingga dapat menarik minat beli konsumen dan juga Keripik Balado Christine Hakim harus terus mengembangkan produknya agar terus berkembang.

Tabel 1. Data Kunjungan Konsumen

| No | Bulan | Banyak Kunjungan | | Jumlah |
|-----------------------------|-----------|------------------|---------|--------|
| | | Kasir 1 | Kasir 2 | |
| 1 | April | 69 | 200 | 269 |
| 2 | Mei | 164 | 187 | 351 |
| 3 | Juni | 140 | 249 | 389 |
| 4 | Juli | 467 | 620 | 1087 |
| 5 | Agustus | 511 | 754 | 1265 |
| 6 | September | 492 | 576 | 1058 |
| Total kunjungan keseluruhan | | | | 4429 |

Pada tabel 1 terlihat bahwa data kunjungan konsumen Keripik Balado Christine Hakim mengalami penurunan pada bulan September. Dimana dapat dilihat pada bulan april jumlah kunjungan konsumen sebanyak 269 orang dan mengalami peningkatan setiap bulannya sampai dengan bulan agustus sebanyak 1265 orang, namun pada bulan september mengalami penurunan sebanyak 1058 orang. Dalam hal ini masih ada konsumen yang mengalami keraguan sehingga sulit untuk menentukan keputusan pembelian di Keripik Balado Christine Hakim.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dengan terus-menerus mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap waktu, secara konsisten dan cermat (Rahmayanty, 2012).

2.2 Kelengkapan Produk

Kotler (2013) berpendapat bahwa kelengkapan produk tersedianya seluruh jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki dan dikonsumsi oleh konsumen yang barang dan jasa tersebut dihasilkan oleh produsen.

2.3 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan suatu tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Kotler, 2013).

2.4 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Keputusan Pembelian

Setiap proses bisnis baik bisnis barang maupun jasa yang dijalankan oleh produsen maka para konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena pelayanan prima memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Salah satu penilaian konsumen terhadap keputusan pembelian yaitu pelayanan yang baik dan berkualitas yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kecepatan dalam melayani dan keramahan petugas pelayanan termasuk dalam pelayanan yang baik.

Ogi et al. (2018) melakukan pengujian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk dan Citra terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Mega Mall Manado”. Hasil penelitian ini menjelaskan variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan Sumolang et al. (2019) “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk di Matahari Manado Town Square”. Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan nilai yang positif. Dengan demikian, pelayanan prima secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa semakin bagus pelayanan prima yang diberikan oleh produsen sesuai dengan harapan

yang diinginkan oleh konsumen maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen tersebut.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pelayanan prima terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim

Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kelengkapan produk adalah salah satu faktor keberhasilan perusahaan karena ketersediaan produk yang selalu lengkap dan dimana konsumen untuk membeli produk yang selalu ada.

Penelitian Sumolang et al. (2019)“Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Matahari Manado Town Square”. Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan dan positif yang berarti semakin baik persepsi pengunjung terhadap kelengkapan produk maka semakin besar tingkat keputusan pengunjung untuk membeli atau sebaliknya semakin buruk persepsi pengunjung terhadap kelengkapan produk maka semakin rendah tingkat keputusan pembelian produk.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim

Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dalam menjual produk terkadang konsumen memperhatikan pelayanan prima dan kelengkapan produk untuk mengambil keputusan pembelian. Dengan bagusnya pelayanan prima yang diberikan oleh produsen disertai dengan lengkapnya produk yang ditawarkan akan dapat mempercepat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sumolang et al.(2019)menunjukan bahwa variabel pelayanan prima dan kelengkapan produk memiliki hubungan yang kuat artinya pelayanan prima, kelengkapan produk dan variabel keputusan pembelian memiliki kaitan yang kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan keputusan pembelian dari para pelanggan secara signifikan. Dalam hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel bebas yaitu pelayanan prima (X1) dan kelengkapan produk (X2) mampu memiliki kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif yang berbentuk angka dan hipotesis.

3.2 Populasi dan Sampel

Sumber data dari data primer berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim. Data yang diambil akan menemukan besaran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan salah satu metode yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = N / (1 + (N \times (e^2)))$$
$$n = 4.429 / (1 + (4.429 \times (0,01)))$$
$$n = 98 \text{ responden}$$

Banyaknya sampel untuk penelitian ini yaitu sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*, dimana pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Defenisi Variabel | Indikator |
|----|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Pelayanan Prima (X ₁) | pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dengan terus-menerus mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap waktu, secara konsisten dan cermat. | a. Kecepatan waktu pelayanan b. Akurasi ketepatan pelayanan c. Kesopanan pelayanan d. Tanggung jawab e. fasilitas pendukung f. Kualitas pelayanan g. Ketersediaan informasi |
| 2. | Kelengkapan Produk (X ₂) | Kecukupan produk yang menyangkut intensitas, luas, kualitas produk serta ketersediaan produk tersebut selalu ada ditoko. | a. Variasi merek produk b. Variasi kelengkapan produk c. Variasi ukuran produk d. Variasi kualitas produk e. Ketersediaan produk |
| 3. | Keputusan Pembelian (Y) | Suatu langkah dimana konsumen sudah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian dalam pertukaran antara uang dan kesepakatan untuk membayar kepemilikan atau penggunaan suatu produk barang atau jasa | a. Pemilihan produk b. Pemilihan merek c. Pemilihan saluran pembelian d. Penentuan waktu pembelian e. Jumlah pembelian f. Metode pembayaran |

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan dan pengujian ini dilakukan secara statistic. Pengolahan data menggunakan bantuan SPSS versi 25. Berikut di bawah ini hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 25:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|--------------------|--------------|----------|---------|------------|
| Pelayanan Prima | Pernyataan 1 | 0.366 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 2 | 0.372 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 3 | 0.508 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 4 | 0.423 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 5 | 0.534 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 6 | 0.448 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 7 | 0.597 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 8 | 0.522 | 0,361 | Valid |
| Kelengkapan Produk | Pernyataan 1 | 0.369 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 2 | 0.382 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 3 | 0.394 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 4 | 0.469 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 5 | 0.680 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 6 | 0.608 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 1 | 0.585 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 2 | 0.368 | 0,361 | Valid |

| | | | | |
|---------------------|--------------|-------|-------|-------|
| Keputusan Pembelian | Pernyataan 3 | 0.454 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 4 | 0.688 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 5 | 0.741 | 0,361 | Valid |
| | Pernyataan 6 | 0.382 | 0,361 | Valid |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari tabel 3 di atas diketahui bahwa nilai R Hitung yang didapatkan dari perhitungan SPSS setiap pertanyaan lebih besar dari pada nilai R tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabel digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila diulang pada waktu yang berbeda.

Tabel 4. Uji reliabilitas

| Variabel | Croanbach Alpha | r tabel | Keterangan |
|-------------------------|-----------------|---------|------------|
| Pelayanan (X1) | 0,418 | 0,361 | |
| Kelengkapan (X2) | 0,485 | 0,361 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,515 | 0,361 | |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai *Croanbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari pada nilai R Tabel. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang reliabel atau konsisten.

4.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi data variabel nya normal atau sebaliknya. Uji normalitas dengan menggunakan *One-sample Kolmogorov Smirnov Test*, jika nilai yang dihasilkan $> 0,05$ maka distribusi data bisa dikatakan normal dan sebaliknya jika nilai yang dihasilkan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal. Adapun data penelitian yang telah diperoleh sebagai berikut:

Tabel 5. Uji normalitas

| KS-Z | Sig (2-Tailed) | Ketentuan | Keterangan |
|-------|----------------|-----------|----------------------|
| 1,015 | 0,254 | 0,05 | Terdistribusi Normal |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui bahwa nilai uji normalitas yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai sebesar $0,254 > 0,05$ sehingga data yang diolah terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Nilai untuk menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Adapun data penelitian yang telah diperoleh sebagai berikut:

Tabel 6. Uji multikolinieritas

| Variabel | Collinearity Statistic | | Keterangan |
|-------------------------|------------------------|-------|---------------------------------|
| | Tolerance | VIF | |
| Pelayanan Prima (X1) | 0,930 | 1,076 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Kelengkapan Produk (X2) | 0,930 | 1,076 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari tabel 6 di atas diketahui bahwa nilai *Tolerance* yang didapatkan adalah 0,930, nilai ini lebih besar dari 0,10. sehingga tidak terjadi multikolinieritas pada data yang diolah. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) didapatkan sebesar 1,076, nilai ini lebih kecil dari 10. Dari kedua indikasi nilai yang didapatkan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data yang diolah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan variabel residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Adapun data penelitian yang telah diperoleh sebagai berikut:

Tabel 7. Uji heteroskedastisitas

| Variabel | Sig | Ketentuan | Keterangan |
|-------------------------|-------|-----------|-----------------------------------|
| Pelayanan Prima (X1) | 0,825 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Kelengkapan Produk (X2) | 0,430 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi yang didapatkan pada pelayanan (X1) adalah 0,825 dan pada kelengkapan (X2) adalah 0,430. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang diolah.

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Analisis regresi linear berganda

| Variabel | Koefisien | Sig |
|--------------------------|-----------|-------|
| Konstanta (a) | 18,298 | 0,000 |
| Pelayanan Prima (X1) | 0,260 | 0,041 |
| Keputusan Pembelian (X2) | 0,037 | 0,716 |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 18.298 + 0,260 X_1 + 0,037 X_2 + e$$

4.4 Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (t-test)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis (t-test)

| Variabel Penelitian | Koefisien | Sig | Keterangan |
|---------------------|-----------|-------|------------|
| Pelayanan Prima | 0,260 | 0,041 | Diterima |
| Kelengkapan Produk | 0,037 | 0,716 | Ditolak |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari hasil tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa pada variabel Pelayanan Prima terdapat nilai sig sebesar 0,041 < 0,05 berarti Ha **diterima** dan Ho ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Pelayanan Prima terhadap Keputusan Pembelian di Keripik Balado Christine Hakim. Pada variabel Kelengkapan Produk nilai sig yaitu 0,716 > 0,05 berarti Ha **ditolak** dan Ho diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak

terdapat pengaruh yang signifikan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Keripik Balado Christine Hakim.

b. Hasil Uji Simultan (F-test)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F-test)

| Model | F Hitung | F Tabel | Sig |
|--------------|-----------------|----------------|------------|
| Regression | 3.783 | 3,09 | 0.047 |

Sumber: Data Primer olahan SPSS 25, 2021

Dari hasil tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa F hitung senilai 3,783 lebih besar dari F tabel yaitu 3,09 dan nilai Sig 0,047 lebih kecil dari 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim.

4.5 Pembahasan

Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Keputusan Pembelian di Keripik Balado Christine Hakim

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pelayanan prima terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis tersebut diperoleh temuan bahwa nilai signifikan pelayanan prima sebesar 0,014 lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, Pelayanan Prima merupakan faktor penentu tingkat Keputusan Pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

Pelayanan Prima mempengaruhi Keputusan Pembelian di Keripik Balado Christine Hakim, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan prima merupakan hal yang penting dalam menentukan keputusan pembelian. Semakin senang dan puas konsumen dengan pelayanan prima yang diberikan maka akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Mengingat dalam menjual suatu produk dibutuhkan pelayanan prima yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen agar tingkat pembelian dapat meningkat. Konsumen yang terpuaskan secara pelayanan akan menjadi lebih teryakinkan untuk mengambil keputusan pembelian.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumolang et al. (2019) menyatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan nilai yang positif. Dengan demikian, pelayanan prima secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Maskan (2018) menyatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing apabila memberikan pelayanan prima yang baik sebab pelayanan prima yang baik merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Keripik Balado Christine Hakim

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis tersebut diperoleh temuan bahwa nilai signifikan kelengkapan produk sebesar 0,716 lebih besar dari 0,05 maka secara parsial kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya kelengkapan produk bukan faktor penentu tingkat Keputusan Pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

Kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk belum masuk dalam perhatian utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian di Keripik Balado Christine Hakim. Hal ini bisa terjadi mengingat dalam menjual suatu produk, dibutuhkan kelengkapan produk bukanlah hal yang utama dalam mengundang perhatian konsumen. Faktor-faktor lain bisa jadi lebih dianggap penting seperti kualitas produk, rasa setiap produk yang tersedia ataupun yang lainnya. Untuk mendapatkan data yang lebih valid akan hal ini dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan penambahan komponen terkait.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Rahayu (2018) menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Keripik Balado Christine Hakim

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis tersebut diperoleh temuan bahwa nilai f hitung senilai 3,783 lebih besar dari f tabel senilai 3,09 sementara nilai signifikan sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variabel pelayanan prima dan kelengkapan produk memiliki hubungan yang kuat artinya pelayanan prima dan kelengkapan produk memiliki keterkaitan yang kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan keputusan pembelian dari para pelanggan.

Pelayanan prima dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Keripik Balado Christine Hakim. Hal ini menunjukkan bahwa dalam skala yang lebih luas, pelanggan secara simultan memperhatikan pelayanan prima dan kelengkapan produk dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini terjadi mengingat dalam menjual suatu produk, dibutuhkan pelayanan prima yang didukung dengan produk yang lengkap akan dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen sehingga akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumolang et al.(2019) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan. Semakin kuat keterkaitan variabel pelayanan prima dan kelengkapan produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian dari pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis dan analisis data mengenai Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk di Keripik Balado Christine Hakim dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim dengan nilai signifikan sebesar $0.041 < 0.05$;
2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim dengan nilai signifikan sebesar $0.716 > 0.05$;
3. Secara simultan terdapat pengaruh pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di Keripik Balado Christine Hakim dengan nilai signifikan sebesar $0.047 < 0.05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Ogi, Y., Supandi, A., & Rotinsulu, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3953–3962. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21920>
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Rahmayanty, N. (2012). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiawan, D., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri. *Aplikasi Bisnis*, 6.
- Sumolang, I. E., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analysis Of The Effect Of Prima Service and Complete Products on the Purchase Decision of Products in Matahari Manado Tows Square. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 7(8), 3359–3368.