

---

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Concepts Waroeng

Ni Ketut Adnyani<sup>(1)</sup>  
I Gusti Ayu Wimba<sup>(2)</sup>  
Putu Yudy Wijaya<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: niketutadnyani96@gmail.com

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of product quality and service quality on purchasing decisions at Waroeng Concepts in Paya Karangasem. The population in this study are customers at Concepts Waroeng in Paya Karangasem which occurred during 2021 at Concepts Waroeng in Paya Karangasem, totaling 904 people. The number of samples used in this study were 90 respondents who were determined by the Accidental Sampling Technique. Data collection was carried out through observation, interviews, questionnaires, documentation and literature. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination and simultaneous significant test (t test and f test). Based on the research results, it can be seen that: Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on purchasing decisions partially or simultaneously. The magnitude of the influence of the independent variables on Customer Satisfaction is 64.9%. Looking at the research results, Concepts Waroeng in the future must make their food as unique as possible by creating food with an authentic and different level of spiciness so that customers always feel comfortable, satisfied and interested in making purchases at Concepts Waroeng.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, and Purchasing Decisions.*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Concepts Waroeng Di Paya Karangasem. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Concepts Waroeng di Paya Karangasem yang terjadi selama tahun 2021 pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem yang berjumlah 904 orang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden yang ditentukan dengan Teknik *Accidental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan uji signifikan simultan (uji t dan uji f). Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap *Kepuasan Pelanggan* adalah 64,9%. Melihat hasil penelitian, Concepts Waroeng kedepannya harus membuat keunikan pada makanannya mungkin dengan menciptakan makanan dengan tingkatan rasa pedas yang autentik dan berbeda dari yang lain agar pelanggan selalu merasa nyaman, puas dan tertarik melakukan pembelian di Concepts Waroeng.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.*

---

## Pendahuluan

Kota Amlapura atau Karangasem adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Bali, Indonesia. Concepts Waroeng di Paya Karangasem ini sendiri tepat berada di Kota Amlapura Kabupaten Karangasem. Concepts Waroeng ini sendiri merupakan perusahaan dibidang kuliner maupun jasa. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan semakin gencar dalam melakukan pemasarannya yaitu dengan cara terus-menerus berimprovisasi dan berinovasi untuk menarik dan juga mempertahankan pembeli atau customernya. Bisnis di bidang kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang marak dan bisnis yang menjanjikan apabila menggunakan strategi pemasaran untuk menentukan keputusan pembelian pelanggan. Oleh karena itu pengusaha kuliner harus dapat menciptakan ide-ide baru dengan cita rasa pada setiap makanan sehingga pelanggan lebih tertarik untuk mengunjungi tempatnya. Pesatnya persaingan dalam bisnis tersebut menurut setiap pelaku usaha untuk melakukan berbagai strategi untuk dapat bersaing di pangsa pasar dan meraih pelanggan baru. Banyaknya persaingan membuat para perusahaan harus pintar-pintar membuat strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan sehingga tujuan dari perusahaan tersebut tercapai.

Keputusan pembelian yang menjadi langkah dari setiap konsumen untuk membeli atau tidaknya dari suatu produk. (Efnita, 2017) menyebutkan keputusan pembelian merupakan langkah pertimbangan yang diambil karena mendapat pengaruh harga, teknologi, lokasi, dan ekonomi keuangan, sehingga terbentuk suatu sikap terhadap pembeli untuk menentukan produk apa yang akan di beli. Sebelum terjadinya transaksi sebuah produk, terlebih dahulu konsumen akan melakukan keputusan pada produk yang ingin di belinya. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri-ciri keperibadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya, dan keputusan tentang waktu pembelian dengan cara pembayarannya. Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen saat melakukan proses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

---

Dalam menarik pembeli maupun pelanggan pengusaha Concepts Waroeng harus memperhatikan aspek-aspek dalam pelaksanaan strategi pemasaran, Aspek pertama adalah kualitas produk yang baru dan beragam, mampu menjadi pembeda dalam hal persaingan, yaitu menciptakan berbagai jenis makanan dan minuman yang inovatif dan mampu menyajikannya secara variatif dan menyajikan menu-menu baru dan beragam. Kualitas produk juga harus memiliki kualitas yang baik dengan proses yang baik juga akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Kualitas produk adalah kemampuan dalam menjaga mutu barang atau jasa untuk menjaga kepuasan dalam pembelian. Kualitas produk merupakan atribut yang penting dalam menjalankan suatu bisnis, salah satunya di bidang kuliner. Menurut (Kotler dan Keller, 2009 : 143) kualitas yaitu totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang bisnis, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Pada Aspek kedua adalah pelayanan, keunggulan yang diharapkan dalam pelayanan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang berkualitas yaitu persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Tanpa adanya pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen ketika proses pembelian konsumen tidak akan merasa puas. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting: perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Tidak sedikit konsumen yang mengukur kepuasan yang dirasakan berdasarkan pelayanan yang diterima, maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh suatu perusahaan harus semaksimal mungkin karena dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada Warung Makan tersebut. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan.

Concepts Waroeng di Paya Karangasem adalah usaha dibidang kuliner yang memadukan Kuliner (hasil olahan) daerah dengan perpaduan masakan daerah yang ada diseluruh Indonesia dan masakan daerah Bali, serta memadukan masakan dari Negara lain seperti: Eropa, Amerika dan juga Asia. Usaha kuliner yang menyajikan beberapa makana dan minuman yaitu: Nasi goreng,

Ayam geprek sambal matah, Bepasih nyat-nyat, Ayam lalapan, Sandwich, Fish sandwich, Ayam goreng tepung, Hotdog, Burger, Spaghetti, Fork teriyaki, Pancake, Spesial pancake, Kopi bali, Ginger Lemonade, Variant mojito, Soda gembira, Mixed Juice, Es teh, Aneka lassi dll. Sentukan rasa yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat Lokal serta Tourist mancanegara yang sedang berlibur di Pulau Dewata Bali khususnya daerah Karangasem. Concepts Waroeng ini memiliki tempat yang strategis, nyaman dan banyak diminati oleh msyarakat local dan mancanegara salah satunya adalah Ayam geprek sambal matah, Bepasih nyat-nyat dan Nasi goreng karena sambel matah nya yang khas dan bepasih yang di nyat-nyat dan nasi goreng dengan bumbu yang spesial juga, Concepts Waroeng yang berada di jalan yang ramai dilalui pengendara kendaraan roda dua maupun roda empat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Concepts Waroeng di Paya Karangasem. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner.

Dalam penelitian ini diperoleh data jumlah pembeli / customer pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem, yang mengalami naik turunnya jumlah pelanggan karena bertambahnya persaingan didunia usaha kuliner dan dampak dari pademi covid-19, sebagai berikut :

**Tabel 1.Data Jumlah Pembeli / Customer pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem Bulan Januari – Desember Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah Pembeli	Total (Rp)
1	Januari	57	5.378.000
2	Februari	69	5.792.000
3	Maret	75	7.966.000
4	April	80	8.110.000
5	Mei	84	7.830.000
6	Juni	78	4.020.000
7	Juli	70	6.504.000
8	Agustus	81	5.410.000
9	September	75	7.015.000
10	Oktober	80	4.406.000
11	November	73	6.120.000
12	Desember	83	9.505.000
	<b>Jumlah</b>	<b>904</b>	<b>78.056.000</b>

*Sumber: Concepts Waroeng di Paya Karangasem 2022*

Berdasarkan tabel 1. diatas, menunjukkan bahwa jumlah pembeli / customer pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem di Jl. Abang Amlapura, Padang Kerta, Kec. Karangasem, Kab.

---

Karangasem-Bali, mengalami fruktuasi jumlah pelanggan setiap bulannya, dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2021 ada 904 transaksi dan 78.056.000 jumlah total penjualan. Dapat dilihat dari jumlah pembeli tertinggi pada bulan Mei dengan jumlah pembeli 84 orang, sebaliknya jumlah pembeli terendah pada bulan Januari dengan jumlah pembeli / customer 57 orang pembeli. Naik turunnya jumlah penjualan yang terjadi dikarenakan strategi yang dilakukan oleh Concepts Waroeng belum berjalan secara optimal, selain itu beberapa customer beralih ketempat usaha kuliner lainnya karena masih lemahnya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada kepercayaan konsumen pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem. Apalagi sejak 2 tahun belakangan ini terjadinya pandemi covid 19, yang membuat perekonomian Indonesia khususnya di Bali menjadi anjlok. Anjloknya perekonomian Bali memberikan pengaruh yang sangat besar bagi bidang industri bahan bangunan, seperti diketahui sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat berpengaruh pada perekonomian di pulau Bali. Munculnya pandemi covid 19, mengakibatkan pariwisata di Bali mengalami penurunan yang sangat drastis bahkan sampai minus 82 persen. Menurunnya ekonomi di Bali sejak terjadinya pandemi membuat penjualan pada Concepts Waroeng mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Meski begitu masih banyaknya masyarakat yang lebih memilih membeli masakan (hasil olahan) pada Concepts Waroeng dibandingkan dengan tempat usaha kuliner yang lainnya. Strategi yang dijalankan Concepts Waroeng berjalan dengan cukup efektif dan mampu untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Puspa, dkk. (2017) Keputusan pembelian yaitu suatu kegiatan membeli suatu barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera di saat kebutuhan serta keinginan muncul, dan kegiatan ini akan menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Sedangkan untuk konsumen yang merasa tidak puas akan berperilaku sebaliknya, dan berusaha untuk mengurangi ketidaksesuaian dengan cara mengabaikan produk tersebut. Keputusan pembelian muncul karena adanya dorongan emosional yang berasal dari dalam diri ataupun pengaruh dari luar.

Berdasarkan uraian diatas dari latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem”**.

Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan kepada keputusan pembelian. Wijaya (2011:11) juga menyebutkan, “secara operasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau

---

memuaskan pembelinya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iryanita dan Sugiarto (2013), Saidani (2013) bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu dinyatakan bahwa agar perusahaan untuk lebih memberikan fokus pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk pesaing. Karena semakin tinggi kualitas produk maka konsumen akan mengambil keputusan pembelian.

H<sub>1</sub> : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem.

Kualitas pelayanan menjadi sebuah strategi yang sangat tepat guna mengoptimalkan penjualan. Dengan memberi pelayanan komunikasi yang tanggap, cepat, dan baik mampu mewujudkan kondisi harmonis pada pembeli maka proses pembelian keputusan akan barang maupun jasa berlangsung cepat. (Wina & Siagian, 2020) menjelaskan kualitas pelayanan sangat berdampak positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik, mendorong tingkat keputusan pembeliannya juga meningkat. Dari uraian tersebut, maka hipotesisnya yaitu :

H<sub>2</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem.

Dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berdampak pada keputusan pembelian, harus mampu memberikan kualitas yang baik dan tidak mengecewakan baik dari barang maupun jasa, serta bisa memberi pelayanan yang baik dan maksimal maka konsumen merasa puas, dan keputusan mereka untuk membeli semakin bertambah. Dari uraian tersebut, maka hipotesisnya yaitu :

H<sub>3</sub> : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem.

### **Metode Penelitian**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Artinya, data yang dikumpulkan bukan berupa data angka, melainkan data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo peneliti dan dokumen resmi lain yang mendukung. Tujuan menggunakan pendekatan kualitatif adalah agar peneliti dapat menggambarkan realita empiris di balik fenomena yang terjadi terkait dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem. Penelitian ini dilakukan di Concepts Waroeng, yang berlokasi di Jl. Abang Amlapura, Padang Kerta, Kec. Karangasem, Kab. Karangasem - Bali. Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah pelanggan yang terjadi selama tahun 2021 pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem

---

yang berjumlah 904 pelanggan. Jumlah sampel dalam penelitian ini 90 pelanggan yang terjadi pada tahun 2021. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan peneliti memperoleh hasil dalam pengolahan data. Dalam pengambilan sampel, peneliti melakukannya berdasarkan pada teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan merupakan customer yang secara kebetulan atau *Incidental* bertemu dengan peneliti pada saat penelitian ini berlangsung. Data dalam penelitian ini didapat melalui proses penyebaran kuisioner yang selanjutnya akan dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Awal terciptanya sebuah gagasan disertai dengan pemikiran untuk membuat ide sebuah tempat “*nongkrong*”, yang menampilkan karakteristik yang memadukan Kuliner (hasil olahan) daerah dengan perpaduan masakan daerah yang ada diseluruh Indonesia dan masakan daerah bali, serta memadukan masakan dari negara lain, seperti : Eropa, Amerika, juga Asia, untuk menciptakan sentukan rasa yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat lokal serta Tourist mancanegara yang sedang berlibur di pulau Dewata bali. Dari awal gagasan tersebut terinspirasi untuk membuat sebuah tempat (*warung*) dengan atmosphire yang nyaman dan bisa bersantai menikmati suasana “*tempo duloe*”, sebagai tempat untuk berkumpul dengan keluarga atau kerabat, serta bertemu dengan teman atau pun rekan kerja, sambil menikmati minuman dan hidangan.

Maka pada tgl 1 Pebruari 2015, dengan puji dan syukur kepada Tuhan / Atas Ashungkerta Waranugraha Sang Hyang Widhi Wasa, dibuka sebuah tempat oleh I Wayan Mangku Sudiana (Pak Sudi), yang diperuntukkan bagi seluruh lapisan masyarakat, yaitu “*Concepts Waroeng*”, yang berlokasi di jalan Untung Surapati, Paya, Jurusan Amlapura – Tirta Gangga, Karangasem – Bali. Concept mengandung sebuah arti sebuah proses inovasi dalam hal kuliner yang terus berkelanjutan untuk menemukan rasa yang tercipta dari hasil olahan (masakan). Semoga dengan di bukanya *Concepts Waroeng* ini, bisa sebagai pilihan masyarakat untuk menikmati kuliner yang bisa ditemukan di daerah bali timur (Karangasem).

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan ditemukan bahwa data dalam penelitian ini lolos uji validitas karena mampu mencapai nilai koefisien korelasi melebihi 0,30 dan lolos uji reliabilitas karena mampu mencapai nilai *alpha* lebih dari 0,60. Dalam pengujian asumsi klasik ditemukan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal dengan tingkat *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200. Data dalam penelitian ini juga lolos uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa data tidak memiliki gejala gangguan yang dapat menghambat hasil penelitian sehingga seluruh data dikatakan layak untuk dikaji lebih lanjut.

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	8.445	1.872			4.511	.000
Kualitas Produk	.146	.146	.195		2.996	.022
Kualitas Pelayanan	.479	.152	.618		3.153	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah (2023)

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah  $Y = 8,445 + 0,146X_1 + 0,479X_2 + e$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 2,996$  dan nilai sig 0,022. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dimana kualitas produk merupakan tingkat keunggulan produk yang diharapkan dan dapat memuaskan konsumen untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan Concepts Waroeng di Paya Karangasem memiliki kualitas produk yang baik untuk memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ong & Sugiharto, Wahyuni, Astuti (2013), Avriani & Wahyuni, Yazia, Moly (2014), Wijayati (2015) yaitu kualitas produk terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 3,153$  dan nilai sig 0.002. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dimana kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan Concepts Waroeng memiliki kualitas pelayanan yang dibutuhkan dalam menjaga stabilitas hubungan yang baik dengan konsumen, hal ini dilakukan guna tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan konsumen serta citra positif perusahaan tetap terjaga. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wina & Siagian (2020) menjelaskan kualitas pelayanan sangat berdampak positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 3. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	.649	.641	3.81395

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel koefisien determinasi ditemukan bahwa 64,9% (*R Square* sebesar 0,649) keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kedua variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya (100% - 64,9% = 35,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti harga, promosi, dan lainnya.

**Tabel 4. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2337.868	2	1168.934	80.360	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1265.521	87	14.546		
	Total	3603.389	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data diolah (2023)

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan, nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,10 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 80,360. Hasil penelitian ini memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat juga terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain jika pihak usaha Concepts Waroeng di Paya Karangasem mampu meningkatkan, menjalankan dan mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan baik maka akan mempengaruhi tingkatan keputusan pembeliannya. Untuk mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ong & Sugiharto, Wahyuni, Astuti (2013), Avriani & Wahyuni, Yazia, Moly (2014), Wijayati (2015) yaitu kualitas produk terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Wina & Siagian (2020) menjelaskan kualitas pelayanan sangat berdampak positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Simpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pada Concepts Waroeng di Paya Karangasem dapat meningkat ketika kualitas produk dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan. Melihat hasil penelitian, Concepts Waroeng kedepannya harus membuat keunikan pada makanannya mungkin dengan menciptakan makanan dengan tingkatan rasa pedas yang autentik dan berbeda dari yang lain agar pelanggan tertarik membelinya. Concepts Waroeng

kedepannya harus memperhatikan tata ruangan didalam tempat makannya, pastikan tersedia tempat duduk yang cukup untuk menampung pelanggan. Seluruh meja maupun kursi yang tersedia disusun rapi agar ruang terlihat lebih bersih dan nyaman untuk pelanggan. Concepts Waroeng harus bisa menciptakan kualitas makanan dan minuman yang enak di lidah pengunjung agar nantinya mereka mau melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan Concepts Waroeng kepada teman - temannya.

### Daftar Pustaka

- Abadi & Herwin. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta*. Jurnal Riset dan Bisnis (JRMB). Jakarta.
- Adil Fadillah dan Anna Agustina. 2014. *Pengaruh Kuaitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam*. Journal Of Business Administration, 1 (2); 232-243.
- Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam*. Journal Of Business Administration, 1 (2); 232-243.
- Amrullah, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen 13(2) : 99-118.
- Ari Susanti dan Evi Laili Kumrotin. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Ko.We.Cok di Solo*. Jurnal Manajemen Indonesia. Vo16, No.1, Juni 2021.
- Brian Hesmu, Imroatul Khasana dan Nurcahyono. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Taman Joglo Café Semarang*. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAJEMENT Volume5, Nomor3, Tahun 2016,ISSN (Online): 2337-3792.
- Citra Anita Rahma, Dewi Nurmasari Pane, Husni Muharram Ritonga. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan*. Medan.
- Cyntia Violita Wijaya. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Medium Masakan Khas Bu Rudy*. Surabaya.
- Deliyanti, Oentoro. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksbangPressindo.
- Deliyanti, Rani Puspa dan Sesiyan Nuryanti. 2017. *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Banten.
- Dhamesta dan Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Diana dan Tjiptono. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset*. Yogyakarta.
- Dikha Novitasari. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Saus Indofood Ekstra Pedas Jakarta*. Perpustakaan. Universitas Bina Sarana Informatika. <https://elibrary.bsi.ac.id/tugasakhir/G12220210013I/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-saus-indofood-ekstra-pedas-jakarta>. Diunduh 21 Desember 2021.
- Efnita, Muchlisin Riadi. 2017. *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*.
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.

- 
- Farida, Indriani, Kusumah And Ridwan Zia. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang*. Undergraduate Thesis, Universitas Diponegoro.
- Fauziah, Rizki (2013), *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Sepatu Merek The Little Things She Needs*, Jurnal Bisnis dan Komunikasi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Immam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang*. Jurnal Ekonomi Manajemen. 351-366.
- Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang*. Jurnal Ekonomi Manajemen. 351-366.
- Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang). Universitas Diponegoro Semarang.
- Iryanita, Rizky dan Sugiarto. 2013. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan)*. Semarang: Universitas Diponegoro. repository.undip.ac.id.
- Kodu, S. 2013. *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Jurnal EMBA 1 (3) : 1251-1259.
- Kotler dan Keller. 2009. *Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Merek Toyota Innova Di Semarang*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Kurniasari, N.D. & S.B. Santoso. 2013. “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake)*”. Semarang: Jurnal Manajemen Vol.2, No.2.
- Ludviyatus Sholeha, Joko Widodo, Sutrisno Djaja. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Sumber Jaya Maha Skti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, vol 12, h.15-25.
- Mariana. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD Sinar Rejeki Di Samarinda*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 3(2) : 388-402.
- Mira & Syaifullah. 2018. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (PERSERO) Batam*. Jurnal Syntax Administration. Vol. 1 No. 4 Agustus 2020.
- Moly, Vivi Alvionita. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus Toko Mars Cell Klandasan, Balikpapan)*, eJournal Psikologi, 2 (2), 258- 268.
- Muhammad Agus Wahid. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Pengguna Motor Matik Suzuki NEX FI)*. Universitas Diponegoro.
- Mujiroh. 2005. “*Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pasar Swalayan Indo Rizky Purbalingga*”. Skripsi: Universitas Negeri Semarang
-

- 
- Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko dan Saryadi. 2013. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran on mamamia steak and ice cream cabang Jati Semarang*. Jurnal Ecodemica, Vol. 1 No. 2.
- Napitupulu. 2019. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol 16, No 1.
- Priyanto, D. 2014. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri Yulia Larasati dan Utomo Hardi. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*. Among Makarti, Vol.10, h. 70-90.
- Ridwan Zia Kusumah. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang*. Surabaya.
- Rosa Lesmana, Ratnasari. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. [Jurnal Pemasaran Kompetitif](#) 2(2):115. Vol.2 No.2 Februari 2019.
- S.Ginting, Situmorang. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saidani. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Disain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Jakarta Timur*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 4, No. 2, 2013.
- Samuel, H. 2007. *Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus Diskon 50% Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. 2(2) : 73-80.
- Santoso, I. 2016. “*Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Keputusan Konsumen*”. Malang: Jurnal Manajemen Teknologi. Vol.15,No.1.
- Sarie Rena Febrita. 2018. *Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Hypermartket Pakuwon Supermall di Surabaya*. Jurnal Relasi, Vol.XIV, h. 149-169.
- Sejati, B.S.A. 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*”. Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5, No.3.
- Shandy Dewanto. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di E-commerce Tokopedia*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>. 30, Mei, 2020.