

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Ivan Bakery Cake & Donut di Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner yang disebarakan kepada 65 responden. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software Smart PLS 3. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan perolehan nilai thitung > ttabel atau $2.546 > 1.96$. Selain itu, hasil analisis uji t lainnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan perolehan nilai nilai thitung > ttabel atau $3.405 > 1.96$. Sedangkan hasil analisis uji f menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung > F-tabel atau $32.5 > 3.15$. Hal ini berarti kualitas produk dan kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 58.6% dengan demikian model tergolong cukup baik, sedangkan sisanya sebesar 41.4 % disebabkan oleh variabel lainnya diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of product quality and service quality on consumer purchasing decisions for Ivan Bakery Cake & Donut products in Jambi City. The research method used was a descriptive quantitative method with data collection techniques through interviews and questionnaires distributed to 65 respondents. Data analysis was carried out using Partial Least Squares (PLS) with the help of Smart PLS 3 software. The results of the t test analysis show that product quality has a significant effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ or $2,546 > 1.96$. Apart from that, the results of another t test analysis show that service quality has a significant effect on purchasing decisions with the value obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3,405 > 1.96$. Meanwhile, the results of the f test analysis show that product quality and service quality have a significant effect on purchasing decisions with a value of $F_{count} > F_{table}$ or $32.5 > 3.15$. This means that product quality and service quality can influence purchasing decisions by 58.6%, thus the model is classified as quite good, while the remaining 41.4% is caused by other variables outside of this research.

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