

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Bien Craft Surakarta

Factors That Affect Product Quality, Service Quality And Location On Product Purchase Decisions At Bien Craft Surakarta

Putri Setyaningsih¹, Endang Saryanti²

E-mail: putrisetyaning24@gmail.com¹, endsary@gmail.com²

S1 Manajemen Universitas Dharma AUB Surakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui secara empiris Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Bien Craft Surakarta. dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 50 Customer bien craft di Surakarta yang menjadi sampel penelitian. Teknik Pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan salah satu metodenya yaitu metode accidental sampling. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrumen yang terdiri dari Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisa regresi linier berganda, Uji t, Uji f, dan Uji R² (Koefisien Determinasi). Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang diajukan semua valid dan reliabel. Hasil regresi linier berganda variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R²) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,419 berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi mampu mempengaruhi Keputusan pembelian sebesar 41,9% dan sisanya sebesar 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian Misalnya Harga, promosi, citra merek, dan lainnya.

Kata kunci: Keputusan pembelian, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi

Abstract

The aim of this research is to determine empirically the influence of product quality, service quality and location on product purchasing decisions at Bien Craft Surakarta. In this research, data was collected through questionnaires to 50 bien craft customers in Surakarta who were the research samples. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with one method, namely the accidental sampling method. The analysis technique in this research consists of instrument testing consisting of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, and R² test (coefficient of determination). The results of validity and reliability testing show that all question items asked are valid and reliable. The results of multiple linear regression, the variables product quality, service quality and location have a positive effect on purchasing decisions. The t test results of the product quality variable partially have a significant effect on purchasing decisions, while service quality and location partially have an effect but are not significant on purchasing decisions. The results of the F test, the variables product quality, service quality and location simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. while the results of calculating the coefficient of determination (R²) obtained an Adjusted R Square value of 0.419, meaning that the variables product quality, service quality and location were able to influence purchasing decisions by 41.9% and the remaining 58.1% was influenced by other variables that were not included in the research. For example Price, promotion, brand image and more.

Keywords: Purchasing decisions, Product Quality, Service Quality and Location

PENDAHULUAN

Indonesia adalah surganya kerajinan tangan. Dari Sabang hingga Merauke, Anda dapat menemukan berbagai jenis seni dan kriya, masing-masing dengan kearifan lokalnya sendiri. Setiap daerah di Indonesia memiliki kerajinan wayang, logam, kain, kayu, dan lainnya yang unik. Banyak produk Indonesia diminati oleh turis asing dan bahkan diekspor karena unik dan inovatif.

Kain batik, kerajinan kayu ukir, wayang, anyaman, logam, dan batu adalah beberapa produk kerajinan yang dapat diekspor dari Indonesia. Pada tahun 2023, prospek ekspor kerajinan tangan diperkirakan sekitar Rp11–14 triliun. Pasar kerajinan yang dulunya didominasi oleh pasar Jepang, Eropa (Inggris dan Belanda), serta kawasan ASEAN, sekarang mulai terdiversifikasi ke pasar non-tradisional seperti Afrika dan Amerika Latin. Produk kriya dari Indonesia cukup memiliki potensi di kawasan ASEAN. Malaysia, misalnya, sangat tertarik pada kandang hias hewan peliharaan.

Menurut data dari Kemenparekraf, ekspor ekonomi kreatif (Ekraf) hingga November 2022 telah mencapai USD 24,79 miliar, dengan nilai tambah Rp1,236 triliun. Ini adalah peningkatan dari ekspor ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2021, yang mencapai USD 23,9 miliar. Fesyen, kriya, dan kuliner adalah industri yang paling banyak menghasilkan devisa di Indonesia, dengan ekonomikreatifnya baru mencapai 18,8 miliar dolar AS padatahun 2020.

Menurut Gustami, seni kriya adalah jenis seni yang unik karena mengandung nilai estetik, simbolik, filosofis, dan fungsional. Oleh karena itu, seni kriya membutuhkan keterampilan manufaktur yang tinggi. Akibatnya, seni kriya termasuk dalam kelompok seni-seni adiluhung (Gustami, 1992, hlm. 71). Berbagai jenis seni kriya tersedia untuk dibeli. Bahan yang digunakan dan metode pembuatan membuat jenis seni kriya ini berbeda. Ada enam jenis seni kriya yang kita kenal berdasarkan bahan yang digunakan, yaitu kayu, tekstil, keramik, logam, kulit, dan batu. Ada juga lima jenis seni kriya berdasarkan cara membuatnya, yaitu pahat, batik, tenun, anyaman, dan bordir. Keanekaragaman metode pembuatan ini selain bahan yang digunakan, juga kreativitas yang dimiliki para seniman senikriya.

Di Indonesia, khususnya di kota Surakarta, ada usaha kerajinan tangan buatan tangan di Kelurahan Mojosongo, Kecamatan Jebres, Surakarta. Usaha ini didirikan pada tahun 2017 dan menjual kerajinan tangan yang dibuat dari sisa potongan kayu jati. Bien Craft adalah bisnis yang menjual produk kerajinan tangan yang dibuat dengan tangan. Di Royal Surakarta Heritage Hotel dan Night Market Ngarsapura, antara lain, produk seni ini dijual di media sosial dan di berbagai tempat di daerah Surakarta. Produk yang dibuat termasuk asbak, sisir kayu, vas mini, tatakan gelas, dan mainan tradisional yang jarang ditemukan. Selain dari limbah kayu jati di bien craft juga menjual produk dari kain batik, kain lurik, logam dan manik-manik yang dijadikan rok, syal, gantungan kunci, kalung, anting-anting dan lain-lain.

Tercapainya suatu usaha ditandai oleh jumlah konsumen yang melakukan pembelian atau transaksi terhadap produk yang dijual. Salah satu proses dari perilaku konsumen yaitu keputusan pembelian. Konsumen diberikan banyak opsi, sehingga mereka memutuskan untuk membeli barang berdasarkan pilihan mereka. Menurut Buchari Alma (2013: 96), keputusan pembelian konsumen

dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Sikap konsumen terhadap informasi ini menentukan reaksi mereka terhadap produk yang mereka beli.

Kemampuan produk untuk melakukan fungsinya, seperti daya tahan, kehandalan, dan ketelitian, dikenal sebagai kualitas produk (Kotler dan Keller, 2016:37). Pada masalah saat ini, alat yang digunakan dalam proses pemotongan dan perkiraan ukuran yang digunakan untuk membuat produk kadang-kadang tidak tepat, yang berdampak pada kualitas produk.

Hasil penelitian Ahmad Dwi Cahya, Umami Sagidah, dan Dandi Rukman (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu. Sementara itu, Farisa Hasna Nadiya dan Susanti Wahyuningsih (2020) menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu.

Kotler (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Ketika pelanggan merasa puas dengan barang yang mereka beli, mereka mungkin akan lebih sering membeli barang lain dan akhirnya menjadi pelanggan setia.

Hasil penelitian Ratna Ekasari dan Triliana Aprilia Putri (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu, sedangkan Mohammad Ramadani (2020) menemukan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu.

Hal utama yang harus dipertimbangkan adalah pemilihan lokasi bisnis. Lokasi sesuatu adalah tempatnya. Lokasi adalah penempatan toko atau pengecer di lokasi yang strategis untuk memaksimalkan keuntungan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:120), lokasi yang strategis, mudah dijangkau, aman, dan tempat parkir yang luas sangat penting untuk keberhasilan bisnis.

Hasil penelitian Ratna Ekasari dan Triliana Aprilia Putri (2021) dan Mohammad Ramadani (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli produk tertentu. Di sisi lain, Fansurizal dan Kartini Aprianti (2022) menemukan bahwa kualitas produk tidak memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli produk tertentu.

Berdasarkan uraian yang telah di sampaikan, penulis tertarik ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI BIEN CRAFT SURAKARTA”

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft

Surakarta?

- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta?

Tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada berbagai pihak, yaitu:

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pelajaran dan pengalaman serta menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan apa yang sudah dipelajari selama perkuliahan dalam dunia nyata dilingkup pemasaran.

- b. Bagi penjual (produsen)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen craft/kerajinan dalam menentukan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Sehingga mempengaruhi keputusan pembelian produk pelanggan.

- c. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah ragam penelitian yang telah di buat oleh para mahasiswa UNDHA AUB Surakarta serta dapat menjadi bahan referensi bagi terciptanya suatu karya ilmiah

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala angka, termasuk didalamnya ada jumlah populasi, jumlah sampel, hasil kuesioner dengan skala likert dan hasil pengolahan statistik. **Populasi & Sampel**

Populasi

Keseluruhan subjek penelitian adalah populasi. Penelitian populasi dilakukan apabila seseorang ingin meneliti semua aspek yang ada di wilayah penelitian (Arikunto, 2010:173). Data dari Desember 2023 menunjukkan bahwa konsumen bien craft berjumlah 200 orang, populasi penelitian ini (sumber: bien craft).

Sampel

Menurut Sugiyono (2009:73), baik jumlah populasi maupun karakteristiknya termasuk

sampel. Untuk mengumpulkan data yang akan diteliti, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yang berarti bahwa setiap elemen atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Accidental sampling, di sisi lain, adalah teknik pengambilan sampel yang tidak disengaja, yang berarti bahwa subjek yang dipilih secara tidak sengaja dipilih secara tidak sengaja. Maka dalam penelitian ini akan digunakan metode *accidental sampling* dan jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 50 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner.

Kuesioner yang disebarakan berisi pernyataan-pernyataan dengan memeberikan nilai dari setiap jawaban dengan menggunakan skala likert. Kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan lokasi (X_3) merupakan variable independen penelitian. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) produk di bien craft surakarta

Teknik Analisis Data

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data ini dioperasikan melalui program SPSS, terdapat beberapa uji dalam analisis data ini, yaitu: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji f dan Uji koefisien determinasi (R^2)

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

No	variabel	Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Kualitas produk	X_{1_1}	0,395	0,2787	Valid
		X_{1_2}	0,723	0,2787	Valid
		X_{1_3}	0,420	0,2787	Valid
		X_{1_4}	0,716	0,2787	Valid
2	Kualitas pelayanan	X_{2_1}	0,582	0,2787	Valid
		X_{2_2}	0,846	0,2787	Valid
		X_{2_3}	0,582	0,2787	Valid
		X_{2_4}	0,560	0,2787	Valid
		X_{2_5}	0,607	0,2787	Valid
3	Lokasi	X_{3_1}	0,426	0,2787	Valid
		X_{3_2}	0,544	0,2787	Valid
		X_{3_3}	0,654	0,2787	Valid
		X_{3_4}	0,463	0,2787	Valid
		X_{3_5}	0,403	0,2787	Valid
		X_{3_6}	0,457	0,2787	Valid
4	Keputusan pembelian	Y_1	0,599	0,2787	Valid
		Y_2	0,379	0,2787	Valid
		Y_3	0,451	0,2787	Valid
		Y_4	0,361	0,2787	Valid
		Y_5	0,523	0,2787	Valid

Tabel 1. Uji Validitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independent dan variabel dependen (kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian) yaitu valid, karena $r_{item} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,06 maka pernyataan Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan > dari 0,05 (Signifikan > 0,05) sehingga variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi tidak terjadi atau bebas dariheteroskedastisitas.

Tabel 2 hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Kualitas Produk	0,758	Alpha	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,832	Cronbach >	Reliabel
Lokasi	0,750	0,60 maka	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,700	reliabel	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan yang digunakan untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pembelian yang digunakan adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga kuesioner konsisten atau dapat dipertanggung jawabkandan layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62055796
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,108
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,767
Asymp. Sig. (2-tailed)		,599

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas hasil Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai sebesar 0,767 dengan tingkat signifikan 0,599 lebih besardari 0,05 maka data menunjukkan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,424	1,395		1,021	,313
Kualitas Produk	,188	,095	,346	1,988	,053
Kualitas Pelayanan	-,020	,075	-,050	-,265	,792
Lokasi	-,123	,079	-,313	-1,571	,123

a. Dependent Variable: Absres

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independent dan variabel dependen (kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian) yaitu valid, karena $r_{item} > r_{tabel}$.

b. Uji Multikolinearitas

tabel 5 Hasil uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,049	2,233		2,709	,009		
Kualitas Produk	,521	,151	,467	3,443	,001	,646	1,549
Kualitas Pelayanan	,149	,119	,185	1,247	,219	,539	1,856
Lokasi	,104	,126	,128	,823	,415	,493	2,029

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, hasil yang diperoleh untuk toleransi variabel kualitas produk adalah 0,646, untuk toleransi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,539 dan toleransi variabel lokasi yaitu 0,493. Sedangkan untuk nilai variance inflation factor (VIF) variabel kualitas produk yaitu 1,549, lalu variabel kualitas pelayanan yaitu 1,856 dan variabel lokasi yaitu 2,029. Jadi disimpulkan bahwa data nilai toleransi lebih besar 0,1 dan VIF lebih kecil 10 sehingga tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. 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	,674 ^a	,455	,419	1,673	2,060

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 2,060. Hal ini menunjukkan tidak terdapat adanya auto-korelasi sesuai dengan kriteria yang dijelaskan pada Durbin dan Watson(1951) dalam Andy Field (2011) memaparkan jika nilai DW < 1 tau DW > 3 artinya terjadi masalah autokorelasi. Jadi model yang baik menunjukkan nilai DW berada diantara 1-3 agartidak terdapat masalah.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficient s	t	Sig .	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolera nce	VIF
1	6,049	2,233		2,709	,009		
(Constant)							
Kualitas Produk	,521	,151	,467	3,443	,001	,646	1,549
Kualitas Pelayanan	,149	,119	,185	1,247	,219	,539	1,856
Lokasi	,104	,126	,128	,823	,415	,493	2,029

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil regresi linier berganda pada tabel di atas, didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,049 + 0,521 X_1 + 0,149 X_2 + 0,104 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat di tarik interpretasi sebagai berikut :

- a) $\alpha = 6,048$ menunjukkan konstanta artinya, apabila variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi maka keputusan pembelian positif, artinya konsumen tetap memberi keputusan untuk membeli.
- b) $\beta_1 = 0,521$ menunjukkan kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian artinya, apabila kualitas produk ditingkatkan maka Keputusan Pembelian produk di bien craft Surakarta akan meningkat dengan asumsi kualitas pelayanan dan lokasi konstan.
- c) $\beta_2 = 0,149$ menunjukkan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka Keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta akan meningkat dengan asumsi kualitas produk, dan lokasi konstan.
- d) $\beta_3 = 0,104$ menunjukkan lokasi (X_3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, apabila lokasi semakin strategis, maka keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta semakin meningkat dengan asumsi kualitas produk, dan kualitas pelayanan konstan.

Dari persamaan regresi diatas dapat ditunjukkan variabel kualitas Produk berpengaruh paling besar (dominan), hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien yang paling besar yaitu 0,521 dibanding dengan variabel lainnya.

b. Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	3,443	0,001	Signifikan
Kualitas Pelayanan	1,247	0,219	Tidak Signifikan
Lokasi	0,823	0,415	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel diatas hasil uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian.

Nilai uji t pada tabel 4.14 menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,001. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk $< 0,05$, sehingga H_1 diterima. Jadi, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta (hipotesis 1 terbukti).

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.

Nilai uji t pada tabel 4.14 menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,219. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan $> 0,05$, sehingga H_2 ditolak. Jadi,

kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta (hipotesis 2 tidak terbukti).

3) Pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian.

Nilai uji t pada tabel diatas menunjukkan angka signifikansisebesar 0,415. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel lokasi $> 0,05$, sehingga H_3 ditolak. Jadi, lokasi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta (hipotesis 3 tidak terbukti).

c. Uji F

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	107,316	3	35,772	12,787	,000 ^a
Residual	128,684	46	2,797		
Total	236,000	49			

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

^b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F didapatkan nilai F sebesar 12,787 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Kualitas Produk (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3), berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian(Y) produk di bien craft Surakarta.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,674 ^a	,455	,419	1,673	2,060

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

^b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai Adjusted R Square adalah 0,419 berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi mampu mempengaruhi sebesar 41,9% terhadap Keputusan pembelian dan sisanya sebesar 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian. Misalnya Harga, promosi, citra merek dan lain sebagainya yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian

Hasil analisis statistik untuk variabel kualitas produk diketahui bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,521. Hasil uji t untuk Kinerja Karyawan diperoleh nilai signifikansi 0,001. ($0,001 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. artinya, apabila kualitas produk ditingkatkan maka Keputusan Pembelian produk di bien craft Surakarta akan meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Dwi Cahya, Ummi Sangidah Dan Dandi Rukmana (2021) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis statistik untuk variabel kualitas pelayanan diketahui bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,149. Hasil uji t untuk Kinerja Karyawan diperoleh nilai signifikansi 0,219. ($0,219 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan bien craft Surakarta telah memaksimalkan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohammad Ramadani (2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh lokasi terhadap Keputusan pembelian

Hasil analisis statistik untuk variabel lokasi diketahui bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,104. Hasil uji t untuk lokasi diperoleh nilai signifikansi 0,415. ($0,415 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan bien craft Surakarta telah memaksimalkan strategi lokasi terhadap Keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Fansurizal, Kartin Aprianti (2022) yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini diharapkan memperoleh bukti observasi mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta. Berdasarkan hasil

analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hasil regresi linier berganda variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta.
2. Hasil uji t variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta, sedangkan kualitas pelayanan, dan lokasi secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta.
3. Hasil uji F variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di bien craft Surakarta.
4. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah 0,419 berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi mampu mempengaruhi Keputusan pembelian sebesar 41,9% dan sisanya sebesar 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian Misalnya Harga, promosi, citra merek, dll

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hal yang dapat disarankan untuk Bien craft Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, saran yang direkomendasikan:
 - a. Selalu meningkatkan model produk agar lebih menarik.
Contohnya: dengan menggunakan warna-warna yang sedang tren, mengeksplorasi teknik baru dalam pembuatan, atau bahkan berkolaborasi dengan seniman lokal untuk menciptakan desain yang unik dan menarik bagi konsumen.
 - b. Selalu meningkatkan produk yang berkualitas agar produk dapat disimpan dalam jangka Panjang
Contohnya: membuat produk tangan berkualitas tinggi selalu memilih bahan baku terbaik, mengoptimalkan teknik produksi, dan secara teratur melakukan pengujian kualitas. Dengan cara ini, mereka memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki tampilan yang indah tetapi juga tahan lama, menjadikannya investasi jangka panjang bagi pelanggan.
 - c. Selalu meningkatkan produk sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.
 - d. Contohnya: Jika pelanggan menginginkan desain yang lebih personal atau tema tertentu, penjual tersebut merespons dengan meluncurkan produk-produk baru yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Mungkin mereka juga menawarkan layanan konsultasi untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih personal.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, saran yang direkomendasikan:
 - a. Mempertahankan pelayanan yang akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Contohnya: memberikan informasi yang akurat tentang progres pesanan, memastikan pengiriman tepat

- waktu, dan memberikan pelayanan pelanggan yang responsif untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
- b. Memberikan jaminan atau garansi terhadap produk yang dijual: Contohnya: memberikan garansi selama 1 bulan kepada pembeli terhadap setiap produk yang di jual.
 - c. Selalu meningkatkan kerapian dalam hal berpakaian karyawan, agar customer merasa nyaman. Contohnya: menjaga kebersihan dan kerapian pakaian mereka agar menciptakan lingkungan belanja yang nyaman dan memberikan inspirasi kepada pelanggan. Hal ini menciptakan kesan positif dan membangunkan kenyamanan bagi pelanggan saat berbelanja.
3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, saran yang direkomendasikan:
- a. Mempertahankan lokasi yang berada di kawasan yang lancar lalu lintasnya. Contohnya: lokasi toko yang mudah diakses seperti di tengah kota atau dekat dengan tempat keramaian.
 - b. Kenyamanan lokasi dapat ditingkatkan dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen melalui lahan parkir yang tertata dengan baik. Contohnya: dengan memperluas area parkir agar dapat menampung banyak kendaraan dari para pembeli.
 - c. Dapat menggunakan lokasi saat ini atau pindah ke lokasi yang lebih dekat dengan jalan utama agar lebih dapat dijangkau oleh customer.
Contoh: melakukan analisis terhadap potensi dampak positif yang mungkin dihasilkan. Memilih lokasi yang lebih strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan potensial dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan daya tariknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardane, N., Wijaya, N.S.W., Dewi, L.G.L.K.(2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada scoot fast cruises di bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 1-13.
- Bentuk, E. *JURNAL KAJIAN BALI*.
- Cahya, A. D., Sangidah, U., & Rukmana, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 70-82
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266-277.
- Fansurizal, F., & Aprianti, K. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(2), 487-494.
- Ghozali, Imam, 2001, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
-2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit UNDIP. Semarang

- Gustami, SP. (1992). *Filosofi Seni Kriya Tradisional Indonesia dalam Seni: Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*. II/01-Januari. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- kominfo, k. (2023, may 02). *Produk Kreatif dari Indonesia untuk ASEAN*. Retrieved from <https://asean2023.id/id/news/indonesian-crafts-for-asean>.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembeliandi toko handphone. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.