

## **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi**

**Maulana Yusuf<sup>1</sup>, Jevi Saputra<sup>2</sup>, Rahmadani Simatupang<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

e-mail: [maulanayusuf@uinjambi.ac.id](mailto:maulanayusuf@uinjambi.ac.id)<sup>1</sup>, [jewisaputra@uinjambi.ac.id](mailto:jewisaputra@uinjambi.ac.id)<sup>2</sup>, [rahmadanisimatupang6@gmail.com](mailto:rahmadanisimatupang6@gmail.com)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Hidayatullah Telanaipura Jambi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti pengisian kuesioner. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan software SPSS (Statistical Package For Sosial Science) 27. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik dengan distribusi normal tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedasitas.

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

### **Abstract**

research aims to find out and discuss the influence of service quality and product quality on purchasing decisions at the Hidayatullah Telanaipura Jambi store. This research uses primary data obtained directly from the first source either from individuals or individuals such as filling out questionnaires. The method used in this research is quantitative, namely multiple linear regression analysis which is processed using SPSS (Statistical Package For Social Science) 27 software. The results of the research that has been carried out show that service quality has no effect on purchasing decisions, and product quality has an effect on purchasing decisions. Based on data analysis in this research, these variables are valid and reliable. When testing classical assumptions with a normal distribution, multicollinearity and heteroscedasticity do not occur.

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

## PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya dunia bisnis saat ini membuat permintaan masyarakat akan produk dan jasa semakin meningkat untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Untuk dapat melanjutkan bisnis di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha harus memberikan kepuasan kepada pelanggannya (Abdul Mukti and Kartini Aprianti, 2021).

Sumber daya manusia maupun tenaga kerja di perusahaan syariah harus memiliki kemampuan teknis dan dituntut untuk mengetahui pengetahuan tentang ketentuan dan prinsip keislaman secara baik serta mempunyai sifat dan sikap yang Islami. Dalam bekerja akhlak dan moral islami dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu : kebenaran dan kejujuran (*shiddiq*), memperluas sebuah lingkungan atau bawahan yang melekat pada kebaikan (*tabligh*), dapat dipercaya (dapat dipercaya), kompeten atau profesional (*fathanah*). Bekerja bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan perut, tetapi dalam islam bekerja juga untuk menjunjung tinggi harga diri dan martabat seseorang, karena islam menempatkan posisi tinggi bagi yang bekerja. Islam sangat menghargai orang yang bekerja dengan tangan mereka untuk meraih keridhaan Allah (Syafri and Pandi Putra, 2023).

Pertimbangan pekerja atau karyawan dalam melakukan pekerjaan tergantung kepada pendapatan karyawannya juga harus diperhatikan. Perkembangan zaman yang semakin canggih dan maju dituntut untuk melahirkan kinerja individu ataupun lembaga yang makin tinggi pula. Oleh karena itu diperlukan tenaga kerja berkualitas yang dapat bekerja secara dinamis dan profesional karena tuntutan yang semakin tinggi seiring dengan berkembangnya zaman sesuai dengan kualitas keahlian serta dukungan loyalitas yang tinggi terhadap suatu perusahaan syariah, karena karyawan berperan penting dalam jalannya roda kehidupan sebuah perusahaan syariah (Syafri and Pandi Putra, 2023).

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan pembelian konsumen sebagai pilihan terhadap dua alternatif atau lebih, dengan kata lain seseorang harus mempunyai alternatif-alternatif yang tersedia pada saat mengambil keputusan (Indrasari, 2019). Indikator dari keputusan pembelian yaitu jenis produk, bentuk produk, merek, penjualannya, waktu pembelian dan cara pembayaran (Bayu, 2016).

Proses pengambilan keputusan pembelian bagi setiap orang pada dasarnya sama, tetapi proses pengambilan keputusan bagi setiap orang akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian merupakan pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan untuk keputusan pembelian. Istilah keputusan pembelian dapat diketahui sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses berkembangnya keputusan dalam pembelian suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut (Adhari, 2019).

Sebagai tindakan pengambilan keputusan, termasuk keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan bentuk produk, keputusan merek, keputusan jumlah produk, keputusan penjualannya, dan keputusan tentang kapan waktu pembelian dan bagaimana cara pembayarannya. Barang yang akan dibeli berdasarkan kebutuhan dan

keinginan, kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan salah satu hal penting, pengalaman konsumen dalam menjalani proses pembelian menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau tidak. Suatu usaha juga memerlukan kualitas produk yang unggul untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang unggul memungkinkan bisnis dapat bertahan dan bersaing dengan pesaing lainnya (Adhari, 2019).

Rengkuti menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah pemberian layanan yang akan melebihi kebutuhan pelanggan (Adhari, 2019). Tjiptono berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat mencapai atau bahkan melampaui kualitas pelayanan yang diharapkan (Indrasari, 2019). Indikator dari kualitas pelayanan yaitu bukti secara langsung, kehandalan dalam melakukan pelayanan, daya tanggap, menjamin, dan empati (Sutrisna, 2019).

Sukmawati mengatakan konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen, sedangkan kinerja yang baik dan berkualitas dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang kompetitif, yang dapat diimplementasikan melalui strategi untuk meyakinkan pelanggan, memperkuat merk dan penentuan harga.

Sofyan Assauri mengartikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat dipasarkan kepada pasar, dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Charty dan Perreault mengatakan bahwa suatu produk adalah hasil suatu proses produksi yang akan digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Monalisa berpendapat keputusan pembelian akan terjadi jika konsumen menilai baik kualitas suatu produk. Keputusan pembelian akan dilakukan ketika konsumen telah menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Produk merupakan hal yang penting bagi suatu bisnis karena tanpa adanya produk maka bisnis tidak dapat berbuat apa-apa dalam kegiatan usahanya. Pembeli akan membeli produk yang dianggap cocok. Oleh karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar pemasarannya berhasil.

Toko Hidayatullah merupakan salah satu pusat perbelanjaan islami di kota Jambi yang terletak di Jl. Kol. Amir Hamzah, Sei. Kambang, Kecamatan Telanaipura, Kota Jambi. Toko Hidayatullah telah berdiri sejak tahun 2006, toko Hidayatullah menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perlengkapan sholat, perlengkapan umroh dan haji, busana muslim dan muslimah, parfum non alkohol serta obat-obatan.

Research gap pertama berasal dari penelitian yang dilakukan oleh Abdul Mukti dan Kartini Aprianti pada tahun 2021, yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kirani *coffee*. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Syafrida dan Pandi Putra pada

April 2023 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Honda beat pada PT Tunas Dipa Matra Cabang Parepare. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Diah Christifani Dkk pada Mei 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Nurlaili pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Jiniso Tokopedia.

Research gap yang kedua diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Made Tiya Yogi Suari Dkk pada tahun 2019 yang menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Syafrida dan Pandi Putra pada April 2023 yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Honda beat pada PT Tunas Dipa Matra Cabang Parepare. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan Made Tiya Yogi Suari Dkk pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa jurusan Manajemen. Namun hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan Abdun Zaki Dkk pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada cafe Ruang Singgah.

Research gap yang ketiga diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Syafrida dan Pandi Putra pada April 2023 yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi secara bersama sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda beat pada PT Tunas Dipa Matra Cabang Parepare. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Shinta Alfitri Dkk pada april 2023 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewa kapal pesiar PT. *East West Tour And Travel*. Hasil serupa juga didapatkan dari penelitian Mohammad Ibrahim Dkk pada Juni 2023, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Indomaret.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti menyadari perlunya melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk. Berdasarkan konteks yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan judul yang dipilih untuk penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi.**

## **METODE**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, karena menyajikan temuan dalam bentuk data deskriptif numerik bukan data deskriptif rinci. Lokasi penelitian dilakukan di toko Hidayatullah yang merupakan salah satu tempat penjualan busana muslim ternama yang ada di Sei Kambang Kecamatan Telanaipura Provinsi Jambi yang berlangsung pada 4 September 2023. Jenis data berdasarkan

sumbernya terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Random Sampling*. *Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara mencampurkan objek-objek dalam suatu populasi sehingga semua objek dianggap sama. Berdasarkan perhitungan rumus, maka jumlah responden yang akan dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak 83,33orang yang akan dibulatkan menjadi 83 orang. Instrument penelitian ini terdiri dari 1) **Angket (kuesioner)** , 2) **Wawancara**, dan 3) **Dokumentasi**. Penelitian ini mengacu pada variabel bebas disebut juga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), variabel terikat disebut juga dengan Variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y) pada Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis *regresi linier berganda*. Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut: 1) **Analisis Statistik Deskriptif**, 2) **Uji Instrumen**, dan 3) **Analisis Regresi Linier Berganda**.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

### 1. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependent. Untuk mengetahui hasilnya terdapat dua cara yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi  $t_{hitung} < 0,05$  dan membandingkan apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang dapat diartikan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel. 1**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	26.161	6.175		4.236	<.001
	Kualitas Pelayanan	.060	.119	.051	.507	.614
	Kualitas Produk	.461	.104	.451	4.452	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan Hasil uji t pengaruh variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji t diperoleh hasil bahwa nilai  $t_{hitung}$  Kualitas Pelayanan sebesar  $0,507 < 1,990 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi diperoleh sebesar  $0,614 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Maka

variabel Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2) Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji t diperoleh hasil bahwa nilai  $t_{hitung}$  Kualitas Produk sebesar  $4,452 > 1,990 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi diperoleh sebesar kurang dari  $0,01 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan Haditerima. Maka variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. Uji f

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) Berikut merupakan hasil uji f yang disajikan pada tabel di bawah ini :

**Tabel. 2**  
**Hasil Uji f**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.954	2	108.977	11.027	< .001 <sup>b</sup>
	Residual	790.648	80	9.883		
	Total	1008.602	82			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

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

*Sumber : Data primer yang diolah 2024*

Berdaskan hasil uji f dengan bantuan perhitungan dari program SPSS, maka terlihat bahwa dalam uji f statistik ini terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar kurang dari 0,01 lebih kecil dari 0,05 ( $<0,01 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

**2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dalam terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *R Square* dan dinyatakan dalam persentase. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh sebagai berikut:

**Tabel. 3**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 <sup>a</sup>	.216	.196	3.14374

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

*Sumber : Data primer yang diolah 2024*

Berdasarkan hasil pada tabel *Model Summary* diatas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,196=19,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama sama mempengaruhi variabel dependent sebesar 19,6% sedangkan sisanya 80,4% dipengaruhi oleh variabel ataupun hal lain yang tidak dimasukkan dan diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi**

Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dimana nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  ( $0,507 < 1,990$ ) dan tingkat nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai alpha ( $0,614 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sinkron dengan penelitian Nurlaili pada tahun 2023 yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Jiniso Tokopedia. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan serta bukti empiris berupa penelitian terdahulu yang terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian.

Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu harga, merek dan promosi. Faktor yang pertama, Harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen. Ada konsumen yang menginginkan harga murah namun adapula konsumen yang tidak masalah dengan harga mahal asalkan kualitasnya benar-benar bagus. Dengan harga produk di toko hidayatullah yang bervariasi mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal membuat konsumen tidak menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor utama penentu keputusan pembelian.

Faktor yang kedua, Merek merupakan salah satu faktor yang mampu menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk. Kepercayaan konsumen terhadap merek yang dikenal dengan kualitas baik memiliki dampak positif pada keputusan pembelian, dengan demikian keberhasilan merek produk toko hidayatullah membenagun reputasi positif dapat mempengaruhi sikap dan niat konsumen untuk memilih dan membeli produk tersebut. Faktor yang ketiga, Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan atau minat beli masyarakat. Promosi yang dilakukan pemasar akan dapat mendorong terciptanya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

### **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi**

Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) terdapat pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dimana nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  ( $4,452 > 1,990$ ) dan tingkat nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai alpha ( $<0,01 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk, sehingga dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Hasil penelitian ini sinkron dengan penelitian yang dilakukan Made Tiya Yogi Suari Dkk pada tahun 2019 yang menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Syafrida dan Pandi Putra pada April 2023 yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Honda beat pada PT Tunas Dipa Matra Cabang Parepare.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Hidayatullah Telanaipura Jambi**

Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian. Dimana nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai 0,05 ( $<0,01 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama sama mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

## **SIMPULAN**

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Hidayatullah Telanaipura jambi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan toko Hidayatullah secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Hidayatullah. Kedua, Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan Bahwa kualitas produk toko Hidayatullah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di toko Hidayatullah. Ketiga, Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara bersama sama mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk di toko Hidayatullah secara bersama-sama mempengaruhi keputusa konsumen toko Hidayatullah

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Mukti and Kartin Aprianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani *Coffee*" *Jurnal Bina Manajemen*, Vol. 10, No. 1 (September, 2021): 230.
- Abdullah, Kamaruddin et al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Adhari, Lendy Zelviean. *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: Cv Penerbit Qiara Media, 2019.
- Alfitri, Shinta et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penyewa Kapal pesiar PT. East Tour and Travel." *Jurnal Manajemen*. Vol. 1, No. 2. 2023.
- Cahyani, Febby Gita. "Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 3. 2016.
- Darmanah, Garaika. *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan : CV Hira Tech, 2019.
- Erlangga, Heri et al. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda di PT panca sakti terpaksa di Bintaro." *Jurnal Perkusi: Pemasaran, keuangan, dan Sumber Daya Manusia*. Vol 1, No. 4. 2021.
- Hidayat, Aziz Alimul. *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya : Health Books Publishing, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Jariyah, Khusna Ainun and Yucha Nikma. "Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko pakaian Ainun jaya Kota Baru Driyorejo," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3, No. 1. 2020.
- Muhyi, Muhammad et al. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press, 2018.
- Nawari, and Martanto Sigit. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Di Lamongan." *Jurnal Universitas Islam Darul Ulim Lamongan*. Vol. 12, No. 2. 2018.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo : CV Wade Group, 2016.
- Putra, Shandy Wijoyo et al. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 2. No. 1. 2014.
- Sejati, Bayu Sutrisna Arya. "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pembelian pada Starbuck." *Jurnal ilmu dan riset Manajemen*. Vol. 3, No. 3. 2016.
- Syafrida and Pandi Putra, "Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario" *Jurnal Manajemen*, Vol. 3, No. 2 (April 2, 2023): 78.

- Syahrial, Murah, "Kualitas Pelayanan Dalam Islam (Perspektif Al-Quar'an Dan Hadits)." *Jurnal Indratech*, Vol. 2. No. 2. 2021.
- Wahyuni, Molli. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta : CV. Bintang Surya Madani, 2020.
- Zaki, Abdun et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Ruang Singgah Malang)." *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12, No. 1. 2023.