



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 14279-14292  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian PT. Pegadaian Cabang Palembang

Elisa Gita<sup>1✉</sup>, Adie Kurbani<sup>2</sup>, Akila<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Palembang  
Email: [elisagitagita@gmail.com](mailto:elisagitagita@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan jasa terhadap keputusan pembelian PT.pegadaian cabang palembang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen yaitu validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas, analisis regresi linier berganda yaitu analisis koefisien korelasi dan analisis koefisiensi determinasi serta uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Hasil uji menyimpulkan secara parsial variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT.Pegadaian cabang palembang dengan nilai signifikan  $0.00 < 0.05$ , variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT.Pegadaian cabang palembang dengan nilai signifikan  $0.00 < 0.05$ , dan hasil uji F secara simultan diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Produk ( $X_1$ ), kualitas Layanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT.Pegadaian cabang palembang.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian*

## Abstract

This research aims to test the hypothesis of the influence of product quality and service quality on purchasing decisions at PT Pegadaian Palembang branch. The sampling technique used the Slovin formula with a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques use instrument tests, namely validity and reliability, classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, namely correlation coefficient analysis and coefficient of determination analysis and hypothesis tests, namely t tests and f tests. The test results partially concluded that the Product Quality variable (X1) had a significant influence on Purchasing Decisions (Y) at PT. Pegadaian Palembang branch with a significant value of  $0.00 < 0.05$ , the Service Quality variable (X2) had a significant influence on Purchasing Decisions (Y) at PT. Palembang branch pawn shop with a significant value of  $0.00 < 0.05$ , and the results of the F test simultaneously obtained a significant value of  $0.000 < 0.05$ . It can be concluded that there is a significant influence simultaneously on Product Quality (X1), Service Quality (X2) on Purchasing Decisions (Y) at PT. Pegadaian Palembang branch.

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

## PENDAHULUAN

Layanan jasa memegang peranan penting dalam menilai kinerja jasa, karna pelanggan sebagai pengguna langsung berinteraksi dan merasakan bagaimana sebenarnya kualitas jasa tersebut. Tentunya akan terdapat perbedaan persepsi setiap pengguna saat merasakan layanan, di pengaruhi oleh subjektivitas manusia.

Ada satu cara untuk mengungkapkan perilaku pembeli yang timbul saat ini adalah dengan melaksanakan penelitian yang mengungkap peran kualitas layanan, harga promosi, merek dan aspek lain yang dapat mengajak pembeli dalam pengguna produk, jasa akan mereka gunakan untuk membawa kepuasan konsumen dan menyebabkan pembelian atau penggunaan berulang.

Emas merupakan simbol kekayaan. Emas merupakan logam mulia yang bernilai tinggi. Perpaduan nilai dan harga menjadikan emas sebagai media berekspre. Masyarakat rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk memperoleh berbagai macam logam mulia. Emas kembali jadi isu di Indonesia, terutama saat krisis mata uang, emas terbukti lebih tahan terhadap dampak inflasi dan krisis ekonomi tahun 1997 sebagai alat investasi untuk lindung nilai asset. Beberapa kelompok pendapat bahwa investasi dalam bentuk depositpo, reksa dana, saham, dan obligasi. Selain dipakai alat investasi, emas dapat dipakai untuk jaminan utang untuk memperoleh dana baru dalam jangka

pendek.

Memungkinkan lembaga keuangan penyedia jasa perkreditan berperan aktif dalam mendukung perekonomian masyarakat. Salah satu lembaga keuangan tersebut adalah lembaga keuangan perbankan yang memberikan pinjaman kepada bank-bank Indonesia.

Keputusan pembelian hanya di capai bila kualitas produk dan pelayanan dengan harga bersaing melebihi kualitas perusahaan lain. Pembeli yang puas terhadap produk yang layanan cenderung membeli kembali produk tersebut dan menggunakan kembali layanan tersebut. Produk dan jasa yang tidak berkualitas pembeli akan di tinggalkan oleh pembeli dan beralih ke lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu PT pegadaian cabang Palembang mengutamakan harga yang tepat, produk berkualitas dan pelayanan memuaskan konsumen.

Terdapat penelitian Seperti yang dilakukan Anam *et al* 2020 tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Merek Citra, Diah Ernawati 2019 peneliti yang dilakukan Tentang Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian produk *Hi jack sandals* Bandung yaitu memiliki pengaruh yang positif dan sedangkan penelitian dilakukan oleh Meli Andriyani dan Rizki Eko Ardianto tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank tidak memiliki pengaruh.

Dari tiga penelitian di atas masih ada perbedaan hasil dari variabel yang di dapatkan, maka peneliti tertarik meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian PT. Pegadaian Cabang Palembang"

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Menurut Budiono, (2020) untuk menjawab permasalahan dan menguji hipotesis diperlukan suatu metode penelitian, sehingga pada bagian ini perlu ditentukan metode penelitian mana yang digunakan.

### Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

8.778 pelanggan PT. Pegadaian Cabang Palembang yang menggunakan produk tabungan emas pada bulan Agustus 2023 hingga Januari 2024 menjadi populasi penelitian

b. Sampel

Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi jika populasinya besar dan mereka tidak dapat menyelidiki seluruh populasi, karena alasan apa pun misalnya karena kurangnya dana atau waktu.

Teknik Pengumpulan Data

Cara peneliti mencari data yang diperlukan dalam penelitian teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah

a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan bertanya secara langsung dengan calon pembeli dengan mengabarkan informasi yang terkait.

b. Angket

Merupakan cara dengan penyebaran kuisioner kepada responden dengan pernyataan terkait variabel.

Teknik Analisa Data

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Priyatno (2018) Regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel:

Rumus

Dimana :

$$Y = a + bX$$

b. Analisis Regresi Linier berganda

Menurut Priyatno (2018) Regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X1, X2, ..., Xn)

Rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Rumus koefisien determinasi ( $R^2$ )

Dimana:

$R^2$  : koefisien Determinasi

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisa Data

Hasil Deskripsi jawaban Responden

Tabel 4.5. Pertanyaan 1

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	11	11%
M	19	19%
R	31	31%
TM	24	24%
STM	15	15%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.6. Pertanyaan 2

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	15	15%
M	18	18%
R	27	27%
TM	22	22%
STM	18	18%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.7. Pertanyaan 3

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	26	26%
M	25	25%
R	13	13%
TM	23	23%
STM	13	13%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.8. Pertanyaan 4

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	23	23%
M	20	20%
R	17	17%
TM	32	32%
STM	8	8%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.9. Pertanyaan 5

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	23	23%
M	18	18%
R	23	23%
TM	21	21%
STM	15	15%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.10. Pertanyaan 6

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	24	24%
M	28	28%
R	4	4%
TM	21	21%
STM	23	23%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.11. Pertanyaan 7

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	13	13%
M	26	26%
R	25	25%

TM	22	22%
STM	14	14%
HASIL	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.12. Pertanyaan 8

Kualitas Produk	jumlah	persentase
SM	14	14%
M	15	15%
R	36	36%
TM	28	28%
STM	7	7%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.13. Pertanyaan 9

Kualitas Produk	jumlah	persentase
SM	10	10%
M	31	31%
R	19	19%
TM	24	24%
STM	16	16%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.14. Pertanyaan 10

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	30	30%
M	30	30%
R	12	12%
TM	18	18%
STM	10	10%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.15. Pertanyaan 11

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	25	25%
M	19	19%
R	23	23%
TM	15	15%
STM	18	18%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.16. Pertanyaan 12

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	5	5%
M	29	29%
R	14	14%
TM	29	29%
STM	23	23%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.17. Pertanyaan 13

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	16	16%
M	17	17%
R	27	27%
TM	22	22%
STM	18	18%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.18. Pertanyaan 14

Kualitas Produk	jumlah	persentase
SM	24	24%
M	17	17%
R	23	23%

TM	21	21%
STM	15	15%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.19. Pertanyaan 15

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	14	14%
M	27	27%
R	22	22%
TM	16	16%
STM	21	21%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.20. Pertanyaan 16

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	12	12%
M	22	22%
R	20	20%
TM	29	29%
STM	17	17%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.21. Pertanyaan 17

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	7	7%
M	20	20%
R	24	24%
TM	29	29%
STM	20	20%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.22. Pertanyaan 18

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	25	25%
M	19	19%
R	22	22%
TM	19	19%
STM	15	15%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.23. Pertanyaan 19

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	28	28%
M	23	23%
R	13	13%
TM	27	27%
STM	9	9%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.24. Pertanyaan 20

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	11	11%
M	10	10%
R	27	27%
TM	35	35%
STM	17	17%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.25. Pertanyaan 21

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	12	12%
M	36	36%
R	29	29%

TM	14	14%
STM	9	9%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.26. Pertanyaan 22

Kualitas Produk	Jumlah	persentase
SM	30	30%
M	16	16%
R	15	15%
TM	22	22%
STM	17	17%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.27. Pertanyaan 23

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	23	23%
M	27	27%
R	7	7%
TM	26	26%
STM	17	17%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

Tabel 4.28. Pertanyaan 24

Kualitas Produk	Jumlah	Persentase
SM	19	19%
M	31	31%
R	19	19%
TM	23	23%
STM	8	8%
Hasil	100	100%

Sumber : Hasil kuisisioner, 2024

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel kualitas produk (X1) dan keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sesuai dengan temuan uji hipotesis (uji t). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sampai batas tertentu (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian menegaskan bahwa keputusan pembelian pada cabang PT Pegadaian dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk yang ditawarkan.

### Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel kualitas pelayanan (X2) dan keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sesuai temuan uji hipotesis (uji t). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sampai batas tertentu (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian menegaskan bahwa keputusan pembelian pada cabang PT Pegadaian dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk yang ditawarkan.

### Pengaruh Kualitas Produk (X1) Kualitas Layanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima bila diperoleh uji F secara simultan menghasilkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian tabungan emas pada PT. Pegadaian cabang Palembang dipengaruhi secara signifikan oleh hubungan kualitas produk dengan kualitas pelayanan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut diantaranya yaitu secara persial dengan nilai sig  $0.00 < 0.05$  maka dapat berpengaruh signifikan kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT.Pegadaian cabang Palembang. Secara persial dengan nilai sig  $0.00 < 0.05$  maka terdapat berpengaruh signifikan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT.Pegadaian cabang Palembang. Secara simultan dengan nilai  $0.00 < 0.05$  terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) tabungan emas pada PT pegadaian cabang Palembang. Uji persial (t) nilai sig antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0.000 artinya nilai ini lebih kecil 0,05 memiliki arti kualitas produk secara persial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji

simultan (F) nilai sig antara kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0.000 artinya nilai ini lebih kecil 0,05 memiliki arti kualitas layanan secara persial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baihaky, S., Nizar, Y. A., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Dr.Meithiana Indahsari (2019). pemasaran dan kepuasan pelanggan.jawa timur:utomo press
- Diana, S., Syahril, A., Anggreni, D., & Wari, F. E. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 5(2), 3266–3272. <https://doi.org/10.31539/joting.v5i2.7710>
- Duwi Priyatno.(2018).Spss Panduan Mudah Olah Data Nagi Mahasiswa & Umum. Yogyakarta: Andi
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan konsumen. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Fandy Tjptono,2017, Strategi Pemasaran Yogyakarta : Penerbit Andi
- Fitria Halim,Ardhariksa Zukhruf Kurniullah *et al.* (2021) Manajemen Pemasaran Jasa.:Yaysan Kita Menulis.
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Maramis, F. S., Sepang2, J. L., & Soegoto3, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>

- Meli Andriyani & Rizki Eko Ardianto (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, 9*(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Rosa., R. L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran, 2*(02), 115. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Rosnaini. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk tabunganku terhadap kepuasan nasabah pada pt. bank sulsebar kantor cabang belopa. *Akmen Jurnal Ilmiah, 6*(1). [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=0BuRXYIAAAAJ&citation\\_for\\_view=0BuRXYIAAAAJ:L8Ckcad2t8MC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=0BuRXYIAAAAJ&citation_for_view=0BuRXYIAAAAJ:L8Ckcad2t8MC)
- Siregar. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS . Jakarta: Kencana.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik, 4*(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- Sunyoto, D. (2016). *prilaku konsumen dan pemasaran*. jakarta:CAPS
- Tonibun, T., Saparso, S., & Wahyoedi, S. (2021). Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek pada Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Empat. *Journal of Management and Bussines (JOMB), 3*(2), 113–129. <https://doi.org/10.31539/jomb.v3i2.2990>
- Prof.Dr.H.Buchari Alma(2016) *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.bandung:ALFABETA,CV.
- Prof.Dr. Thamrin Abdulah,M.M.,M.PD. dan Dr Francis Tantri, S.E.,MM. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT RajaGrafindo Perseda.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business, 5*(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>