

PENGARUH INOVASI PPRODUK, KUALITAS PPRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PPRODUK SPREI SORAYA SUDIRMAN DIKOTA PEKANBARU

Delima Yana BR Simanjuntak, Hichmaed Tachta Hinggo S, Dr. Sulistyandari

Universitas Muhammadiyah Riau

email: Delimays25@gmail.com

ABSTRAK

Di era globalisasi diiringi dengan semakin cerdasnya konsumen dan bertambahnya pilihan pproduk yang tersedia di pasar, menimbulkan persaingan yang ketat pada sisi produsen dalam memperebutkan perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli pproduknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi pproduk, kualitas pproduk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pproduk spreii soraya Sudirman dikota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Soraya Sudirman dikota Pekanbaru dengan sampel sebanyak 160 orang melalui teknik pengambilan sampel purposive sampling. Pengujian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan inovasi pproduk, kualitas pproduk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Inovasi Pproduk, Kualitas Pproduk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*

Pendahuluan

Saat ini industri spreii di Indonesia masih mempunyai pasar yang sangat luas. Dengan pasar yang sangat besar dan luas itu. Begitu banyak peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan oleh para penyedia spreii, bed cover dan kelengkapan tidur lainnya (bedding) seperti selimut maupun balmut (bantal selimut), untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Di kota pekanbaru ada banyak usaha yang bergerak di bidang tekstil yaitu salah satunya menjual perlengkapan kamar. Dan ini menjadi tantangan bagi soraya sudirman untuk bersaing di dunia pemasaran tekstil. Beberapa usaha spreii yang cukup terkenal di pekanbaru yaitu ada yuli spreii, chins dekor, diana spreii, dan spreii vellin. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan pembelian itu dilakukan.

Menurut Yusuf (2022) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu pproduk dari banyak pilihan. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dari perilaku konsumen yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian dan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Beberapa pelanggan lebih mementingkan suatu pproduk yang dilihat dari sisi kualitas dan inovasi yang meningkat baik dari tahun ke tahun, kualitas dan inovasi tersebut sangat menentukan keputusan pembelian dari pproduk tersebut. Berikut disajikan data pesaing usaha spreii di pekanbaru:

Tabel 1. Data pesaing usaha sprei di Pekanbaru

No	Nama toko sprei
1	Yuli sprei
2	Toko arycha sprei
3	Diana dekor
4	Agiani
5	Rama dekor
6	Kiela dekor
7	Sprei tempah
8	Malika sprei
9	Chin's home and craft
10	Vellini sprei
11	Sprei anti air
12	Nadira sprei

Sumber: ukmriau.com,2016-2021

Dari data diatas dapat dilihat pesaing usaha sprei yang cukup banyak di kota pekanbaru. Usaha yang sama-sama bergerak dibidang textil, yaitu sprei tempah. Toko-toko tersebut sudah cukup lama berkembang di Pekanbaru, dan menjual perlengkapan kamar seperti sprei, bedcover, bantal dan lain-lain. Dan ini menjadi tantangan bagi soraya sudirman, untuk meningkatkan kualitas dan mutu pproduk agar tidak kalah saing, dan juga meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Soraya Sudirman merupakan salah satu toko sprei yang menyediakan keperluan kamar. Menjual sprei set dengan berbagai model seperti sprei karet, sprei rimpel, sprei *excellent* dan juga ada bedcover, sarung kasur, sandaran kasur, karpet santai dll. Berikut disajikan tabel jumlah penjualan 3 tahun terakhir beberapa pproduk yang mempengaruhi keputusan pembelian pproduk.

Tabel 2. Jumlah penjualan pproduk dalam 3 tahun terakhir di Soraya Sudirman

Jenis Pproduk	Jumlah Penjualan		
	2020	2021	2022
Set sprei	8.167	7.530	7.686
Bantal	9.183	8.383	7450
<i>Bedcover</i>	4.026	3.294	1.830
Karpet santai	3.100	2.875	2.050

Sumber: Toko Soraya Sudirman (2023)

Dari tabel diatas menunjukkan penurunan jumlah penjualan beberapa pproduk dalam 3 tahun terakhir disoraya sudirman. Dapat dilihat dari tahun 2020 hingga tahun 2022 mengalami penurunan penjualan yang signifikan, munculnya persaingan yang sangat ketat menuntut Soraya Sudirman untuk selalu berupaya melakukan strategi dan terobosan baru agar niat beli pproduk meningkat. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan niat beli konsumen dalam

mengambil keputusan, yang dikarenakan kualitas pproduk yang menurun. Penjualan di soraya sudirman yang menurun dikarenakan keputusan pembelian konsumen kurang baik, dan ini dipengaruhi oleh inovasi pproduk yang tidak berjalan dengan baik. Ini bisa dikarenakan kain dari pabrik banyak yang rusak atau tidak sesuai dengan kualitas pertama, pemilihan kain yang akan di pproduksi kurang diperhatikan, pemilihan motif yang kurang variatif, dan proses *finishing* yang kurang sempurna.

Hal ini dikarenakan berbagai faktor diantaranya inovasi pproduk. Menurut Prasetyo (2020) inovasi adalah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat diajukan. Inovasi biasanya dengan sengaja dibuat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan. Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Rasyid & Indah (2018) tentang pengaruh Inovasi Pproduk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan dan menghasilkan inovasi pproduk berpengaruh positif dan signifikan. Kemudian faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian sprei Soraya sudirman adalah kualitas pproduk. Wijaya (2018) mengartikan kualitas pproduk adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, pproduksi, maupun pemeliharaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Juli et al., (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pproduk, Inovasi Pproduk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali” yang membuktikan bahwa kualitas pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian sprei Soraya sudirman adalah kualitas pelayanan. Kotler (2018) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan pembelian ulang dan nantikan akan jadi pelanggan setia. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan putra dan bakkreng (2019) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen sudah memutuskan untuk melakukan pembelian setelah mengenali berbagai informasi dari pproduk yang akan dibeli. Sedangkan Sriwahyuni (2018) mengatakan sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dilakukan atas dasar kebutuhan dan keinginannya. Dan menurut Kotler (2016) Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli.

Inovasi Pproduk

Inovasi pproduk merupakan fungsi penting dari pihak Manajemenn suatu perusahaan karena inovasi pproduk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017). Dan menurut Prasetyo (2020) inovasi adalah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat diajukan. Inovasi biasanya dengan sengaja dibuat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan. Menurut Soegoto dan Soepeno, (2018) Inovasi pproduk yaitu salah satu cara untuk memberikan poin tambahan yang merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan pproduk yang berkualitas.

Kualitas Pproduk

Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas pproduk merupakan suatu kemampuan pproduk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh pproduk dengan secara keseluruhan. Menurut Tjiptono (2015) bahwa kualitas pproduk merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu pproduk yang meliputi keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti kata kualitas pproduk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lupiyoadi (2013) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pembagian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen.

Pengaruh Inovasi Pproduk Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Prasetyo (2020) inovasi adalah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat diajukan. Inovasi biasanya dengan sengaja dibuat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan. Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Rasyid & Indah (2018) tentang pengaruh Inovasi Pproduk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan dan menghasilkan inovasi pproduk berpengaruh positif dan signifikan.

H1: Diduga Inovasi Pproduk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Kualitas Pproduk terhadap Keputusan Pembelian

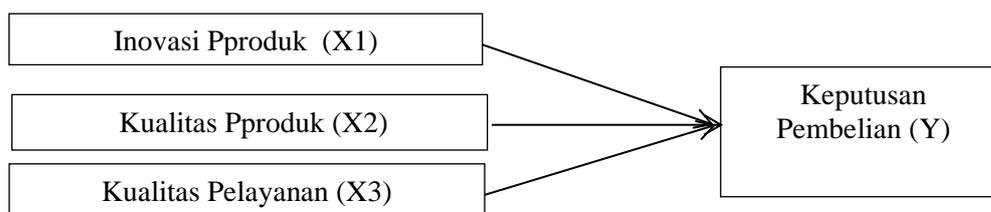
Wijaya (2018) mengartikan kualitas pproduk adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, pproduksi, maupun pemeliharaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Juli et al., (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pproduk, Inovasi Pproduk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Angelo Store* Ubud Bali” yang membuktikan bahwa kualitas pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: Diduga Kualitas Pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan pembelian ulang dan nantinya akan jadi pelanggan setia. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan putra dan bakkreng (2019) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3: Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian



Gambar 1. Kerangka berpikir

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian dengan pengumpulan data dan informasi diperoleh langsung dari lapangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode yaitu wawancara dan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli pproduk Soraya sudirman Pekanbaru yang tidak diketahui jumlahnya yang ditemukan saat melakukan penyebaran kuesioner.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan subjek didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mewakili populasi dengan ciri-ciri yang sudah ditentukan sebelumnya.

Dengan kata lain, sampel yang digunakan adalah konsumen membeli pproduk Soraya sudirman Pekanbaru yang pernah melakukan pembelian. Pengujian data dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas dengan *Cronbach alpha*, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, serta hipotesis untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu menggunakan *Bivariate Pearson* dalam SPSS. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap variabel pernyataan adalah apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan pernyataan kuesioner tersebut valid dan apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan pernyataan kuesioner tersebut tidak valid. Nilai $r \text{ tabel}$ yaitu *degree of freedom* (df) = $n - 2 = 160 - 2 = 158$ dengan *alpha* 0,1 didapat $r \text{ tabel}$ 0,155.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.545	0,155	Valid
	Y.2	0.634	0,155	Valid
	Y.3	0.686	0,155	Valid
	Y.4	0.558	0,155	Valid
	Y.5	0.233	0,155	Valid
	Y.6	0.654	0,155	Valid
	Y.7	0.624	0,155	Valid
	Y.8	0.700	0,155	Valid
	Y.9	0.711	0,155	Valid
	Y.10	0.622	0,155	Valid
	Y.11	0.622	0,155	Valid
	Y.12	0.696	0,155	Valid
Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan

Inovasi Pproduk (X1)	X1.1	0.646	0,155	Valid
	X1.2	0.203	0,155	Valid
	X1.3	0.645	0,155	Valid
	X1.4	0.713	0,155	Valid
	X1.5	0.703	0,155	Valid
	X1.6	0.261	0,155	Valid
	X1.7	0.742	0,155	Valid
	X1.8	0.782	0,155	Valid
	X1.9	0.713	0,155	Valid
Kualitas Pproduk (X2)	X2.1	0.704	0,155	Valid
	X2.2	0.776	0,155	Valid
	X2.3	0.789	0,155	Valid
	X2.4	0.717	0,155	Valid
	X2.5	0.812	0,155	Valid
	X2.6	0.810	0,155	Valid
	X2.7	0.783	0,155	Valid
	X2.8	0.753	0,155	Valid
	X2.9	0.802	0,155	Valid
	X2.10	0.795	0,155	Valid
	X2.11	0.805	0,155	Valid
	X2.12	0.837	0,155	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.762	0,155	Valid
	X3.2	0.764	0,155	Valid
	X3.3	0.680	0,155	Valid
	X3.4	0.620	0,155	Valid
	X3.5	0.642	0,155	Valid
	X3.6	0.675	0,155	Valid
	X3.7	0.784	0,155	Valid
	X3.8	0.703	0,155	Valid
	X3.9	0.808	0,155	Valid
	X3.10	0.805	0,155	Valid
	X3.11	0.831	0,155	Valid
	X3.12	0.801	0,155	Valid
	X3.13	0.783	0,155	Valid
	X3.14	0.797	0,155	Valid
	X3.15	0.800	0,155	Valid

Maka dapat disimpulkan r hitung masing-masing butiran pernyataan variabel independen dan dependen $> r$ tabel maka data tersebut valid. Dengan demikian pernyataan untuk variabel inovasi pproduk, kualitas pproduk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Ketentuan untuk melihat nilai *Cronbach Alpha* yaitu sebagai berikut. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dinyatakan *reliabel* dan jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak *reliabel*.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standart	Keterangan
Inovasi Pproduk	0,770	0,60	Reliabel
Kualitas Pproduk	0,942	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,945	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,828	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel diperoleh data bahwa $> 0,60$ yaitu inovasi pproduk sebesar 0,770, kualitas pproduk sebesar

0,942, Kualitas pelayanan sebesar 0,945 dan keputusan pembelian sebesar 0,828 yang berarti data tersebut reliabel.

Uji Normalitas

Penelitian ini dilakukan uji normalitas menggunakan SPSS untuk mengukur variabel : harga, brand image dan kualitas pproduk terhadap keputusan pembelian dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov* ini adalah dengan melihat skor Sig (*Asymptotic Significance*), yaitu jika angka Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika angka Sig < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.94833910
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.052
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data

Olahan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 5 diperoleh nilai signifikan $200 > 0,05$. Dapat diartikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Cara untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance inflation factor*). Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* < dari 0,1 dan VIF > dari 10,00 maka terjadi multikolinearitas dan jika nilai *tolerance* > dari 0,1 dari VIF < dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

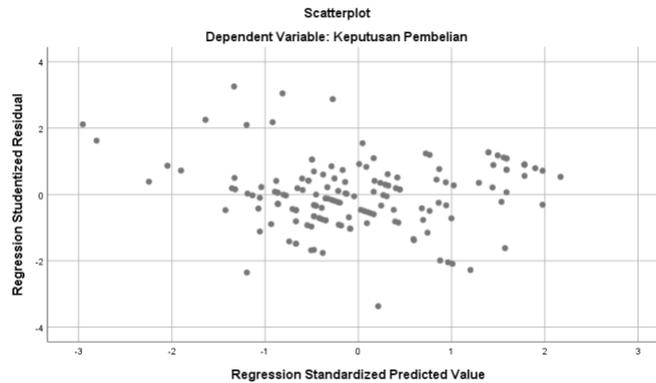
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Inovasi Pproduk	0,777	1,287
Kualitas Pproduk	0,413	2,421
Kualitas Pelayanan	0,475	2,106

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 6 diatas, dapat dilihat bahwa VIF untuk seluruh variabel *independen* < 10,00 yaitu inovasi pproduk bernilai 1,287, kualitas pproduk bernilai 2,421 dan kualitas pelayanan 2,106. Kemudian pada *tolerance* untuk seluruh variabel *independen* > 0,10 yaitu inovasi pproduk bernilai 0,777, kualitas pproduk bernilai 0,413 dan kualitas pelayanan bernilai 0,475. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Heteroskedastisitas



Sumber: Data Olahan SPSS 25

Dari gambar 1 diatas dapat dilihat pola yang muncul tidak membentuk pola yang teratur dan cenderung memiliki pola acak dan tidak teratur. Maka dapat disimpulkan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	18.716	2.940	
Inovasi Pproduk	.549	.079	.452
Kualitas Pproduk	.204	.062	.297
Kualitas Pelayanan	.045	.048	.078

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat dijabarkan persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 18,716 + 0,549X_1 + 0,204X_2 + 0,045X_3$$

Angka-angka dalam persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 18,716. Artinya adalah apabila variabel independen (inovasi pproduk, kualitas pproduk dan kualitas pelayanan) diasumsikan nol (0), maka keputusan pembelian bernilai 18,716
2. Nilai koefisien regresi variabel inovasi pproduk (X1) sebesar 0,549 dengan arah hubungan positif yang menunjukkan bahwa apabila inovasi pproduk (X1) naik satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,549.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pproduk (X2) sebesar 0,204 dengan arah hubungan positif yang menunjukkan bahwa apabila kualitas pproduk (X2) naik satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,204.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,045 dengan arah hubungan positif yang menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan (X3) naik satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,045.

Uji Hipotesis (uji t)

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.716	2.940		6.366	.000
	Inovasi Pproduk	.549	.079	.452	6.910	.000
	Kualitas Pproduk	.204	.062	.297	3.306	.001
	Kualitas Pelayanan	.045	.048	.078	.928	.355

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yang meliputi: inovasi pproduk, kualitas pproduk, kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh inovasi pproduk terhadap keputusan pembelian
Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, perbandingan antara t hitung dan t tabel yang menunjukkan t hitung sebesar 6,910 sedangkan t tabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,910 > 1,654$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial variabel inovasi pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh kualitas pproduk terhadap keputusan pembelian
Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, perbandingan antara thitung dan t tabel yang menunjukkan t hitung sebesar 3,306 sedangkan t tabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,306 > 1,654$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya secara parsial variabel kualitas pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, perbandingan antara t hitung dan t tabel yang menunjukkan thitung sebesar 0,928 sedangkan ttabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,928 < 1,654$ dan nilai sig $0,355 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak yang artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.481	.471	2.977

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 9 diatas, diketahui nilai adjusted R² sebesar 0.471 (47,1%) artinya adalah bahwa besarnya pengaruh variabel independen (inovasi pproduk, kualitas pproduk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

adalah sebesar 47,1%. Sedangkan sisanya ($100\% - 47,1\% = 52,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam persaingan global, perusahaan harus dapat memodifikasi pproduknya untuk menambah nilai dari pproduk yang dihasilkan dan harus dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Nilai tambah dari pproduk yang dihasilkan dapat berupa desain dari pproduk yang dihasilkan dan pelayanan dari pproduk yang dijual. Adanya inovasi pproduk yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi pproduk. (Palupi dkk, 2022) menyatakan bahwa, inovasi pproduk adalah menciptakan pproduk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap pproduk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui secara parsial inovasi pproduk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh peneliti yang dimana diperoleh t hitung sebesar 6,910 sedangkan t tabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $6,910 > 1,654$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga diketahui ada pengaruh antara inovasi pproduk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dihasilkan oleh Soraya sudirman dipengaruhi oleh inovasi pproduk. Arah positif menunjukkan bahwa jika inovasi pproduk mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan, 2018) yang menunjukkan bahwa inovasi pproduk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pproduk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pproduk adalah nilai yang terkandung dalam suatu pproduk dan berupa penampilan pproduk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing pproduk Kotler dan Keller (2017). Kualitas pproduk memegang peranan penting dan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen akan pproduk tersebut semakin tinggi karena konsumen cenderung menjadikan kualitas pproduk sebagai acuan dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui secara parsial kualitas pproduk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh peneliti yang dimana diperoleh t hitung sebesar 3,306 sedangkan t tabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $3,306 > 1,654$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$ sehingga diketahui ada pengaruh antara kualitas pproduk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dihasilkan oleh soraya sudirman dipengaruhi oleh kualitas pproduk. Arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas pproduk mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan oleh Megasilvi dkk (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pproduk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu layanan yang diberikan oleh pemberi layanan dalam memenuhi keinginan penerima layanan tersebut (Abdul, 2018). Perusahaan

yang selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada setiap konsumen akan dapat memenuhi kepuasan tersendiri bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian, semakin perusahaan memahami konsumen dari segi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian tinggi (Mukti, 2018).

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh peneliti yang dimana diperoleh t hitung sebesar 0,928 sedangkan t tabel sebesar 1,654. Dari hasil tersebut terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $0,928 < 1,654$ dan nilai sig $0,355 > 0,05$ sehingga diketahui ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dihasilkan oleh soraya sudirman tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka keputusan pembelian tidak mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadani, 2020) yang menunjukkan kualitas pproduk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya bahwa tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi pproduk, kualitas pproduk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sprei Soraya sudirman di kota pekanbaru secara simultan dan parsial maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pproduk sprei (studi kasus Soraya Sudirman di Pekanbaru). Apabila inovasi pproduk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Kualitas pproduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pproduk sprei (studi kasus Soraya Sudirman di Pekanbaru). Setiap peningkatan kualitas pproduk akan meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pproduk sprei (studi kasus Soraya Sudirman di Pekanbaru). Kualitas pelayanan tidak menjamin meningkatnya keputusan pembelian pproduk.

Daftar Pustaka

- Abdul, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemenn*. vol. 13. No(1), 10–27.
- Darmawan, I. (2018). Pengaruh Inovasi Pproduk , Kualitas Pproduk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Bocah Tua Di Hokky Graha Family Surabaya, *Jurnal Manajemen*. Vol.3. No.(1), Hal 10–27.
- <https://www.ukmriau.com/?s=&category=&location=&a=true>. Diakses pada 2016-2021

- Indriyani, Tria W., Purwanti, Ika., Sawabi., Lailyningsih, Dwi R.N. 2021. Kualitas Layanan, Inovasi Pproduk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Dapur Kopi Lamongan). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi* Vol.38 No.2
- Juli, P. R., Suardhika, N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh kualitas pproduk, inovasi pproduk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Angelo Store Ubud Bal. *E-Journal*, Vol 2, Hal. 373–385.
- Kotler, P. & Keller, K, L. (2016). *Manajemenn Pemasaran* Edisi 12. Jakarta : PT. Index.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, Yusuf D. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Pproduk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemenn* Vol.11 No.2. Hal 275-288.
- Mujito, Muharam, & Adyas. (2022). *MANAJEMENN PEMASARAN*. Edu Publisher.
- Palupi, E., Wulandari, A., dan Nabila, E. (2022). *BUNGA RAMPAI INOVASI PPRODUK Membangun Mindset Kewirausahaan Mahasiswa di Er*.
- Prasetyo. (2020). Pengaruh inovasi pproduk dan kualitas pproduk terhadap keputusan pembelian pada pt agung toyota batam. *E-Journal*.vol.2. Hal. 22
- Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Pproduk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Pengaruh Inovasi Pproduk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan*, Vol. XV, No.(1).
- Sriwahyuni, A. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pproduk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Raden Fatah Palembang.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfation*. Edisi Ke-4. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Wijaya, T., & Sarwiji, B. (2018). Manajemenn kualitas jasa desain servqual, QFD, dan kano (Edisi 2). In *Perpustakaan (Indeks, Vol. 2, Issue 1, pp. 9–30)*.