

Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta

Fahmi Rikza Luqmana^{1*}, Ari Susanti²

^{1,2}Program Studi Manajemen, STIE Surakarta, Surakarta

¹Email: fahmirikza2@gmail.com

²Email: santisties@gmail.com

Received: October 29, 2025

Revised: November 11, 2025

Accepted: November 21, 2025

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya kompetisi pada sektor kuliner yang menuntut pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan layanan dalam rangka mempertahankan pasar sasaran. Tujuan penelitian ini dilakukan penelaahan terhadap pengaruh kualitas layanan serta produk tentang perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Pentol Prasmanan Terserah, Surakarta. Rancangan penelitian ini berlandaskan pendekatan kuantitatif, dimana proses pengumpulan data dilaksanakan melalui survei terhadap konsumen Pentol Prasmanan Terserah untuk mengukur kualitas produk dan kualitas layanan. Sampel ditentukan mengimplementasikan teknik *accidental sampling* sebanyak 97 responden yang merupakan konsumen Pentol Prasmanan Terserah. Data dihimpun melalui angket terstruktur berbasis skala likert sebagai instrumen utama penelitian, dan analisis statistik dalam penelitian ini dilakukan melalui penerapan regresi linear berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 26 sebagai media pengolahan data. Berdasarkan hasil pengujian regresi, analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima dan R^2 sebesar 0,654 mencerminkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian secara kuat. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan mutu produk seperti cita rasa, kebersihan, serta pelayanan yang cepat dan ramah berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri kuliner lokal dalam upaya memperdalam keterikatan pelanggan dengan konsistensi kualitas produk maupun layanan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Layanan; Keputusan Pembelian; Kuliner

The Influence of Product and Service Quality on Consumers' Purchasing Decisions at Pentol Prasmanan Terserah, Surakarta

Abstract

The background of this study lies in the increasing competition within the culinary sector, which requires business actors to maintain the quality of both products and services in order to sustain their target markets. The objective of this research is to examine the influence of product and service quality on consumer behavior in making purchasing decisions at Pentol Prasmanan Terserah, Surakarta. This research adopts a quantitative approach, where data collection was carried out through surveys distributed to customers of Pentol Prasmanan Terserah to measure perceptions of product and service quality. The sample was determined using the accidental sampling technique, involving 97 respondents who were consumers of Pentol Prasmanan Terserah. Data were obtained through structured questionnaires based on a five-point Likert scale as the main research instrument, and

statistical analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26 as the data processing tool. The results of the regression analysis indicate that both product and service quality partially have a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value below 0.05. Therefore, the proposed hypotheses are accepted, and the coefficient of determination (R^2) of 0.654 reflects the model's strong ability to explain variations in consumer purchasing decisions. These findings affirm that improvements in product quality such as taste, cleanliness, and presentation along with fast and friendly service, contribute significantly to enhancing consumers' purchasing decisions. This study provides practical implications for local culinary business owners in strengthening customer engagement through consistent product and service quality of village officials and simplifying the village financial management system.

Keywords: *Product Quality; Service Quality; Purchase Decision; Culinary*

PENDAHULUAN

Perubahan perilaku konsumen dalam industri makanan dan minuman menuntut para pelaku usaha untuk memberikan kualitas layanan dan produk yang unggul. Konsumen kini tidak lagi hanya mempertimbangkan harga, tetapi mencari nilai tambah dalam bentuk cita rasa, pengalaman, dan pelayanan yang memuaskan. UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia memegang peran vital dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Dalam laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2024) menyatakan bahwa peranan sektor UMKM sangat signifikan, dengan kontribusi lebih dari 61% terhadap PDB nasional serta penyerapan tenaga kerja sekitar 97% di seluruh Indonesia. Dari sisi sektoral, Badan Pusat Statistik (2023) mencatat bahwa industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terbesar, yakni lebih dari 35% omzet UMKM. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kualitas produk dan layanan memiliki posisi strategis dalam mendorong kinerja dan keberlanjutan UMKM sektor kuliner.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung pentingnya kedua faktor tersebut. Studi yang dilakukan oleh Perwiranegara (2025) dalam konteks industri kosmetik, mutu produk berkontribusi secara nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Persepsi positif atas mutu produk menjadi faktor dominan yang meningkatkan minat beli, sedangkan inovasi tetap berperan penting meskipun citra merek tidak berpengaruh secara signifikan. Menurut Oktrichaendy et al. (2022) kualitas produk dan layanan sangat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk di Lost in Coffee Semarang. Demikian pula, Ardalia et al. (2023) mengungkapkan bahwa mutu produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PDKT Resto Cafe Kudus. Berdasarkan kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mutu produk dan layanan yang konsisten selalu menjadi determinan utama dalam perilaku pembelian konsumen.

Kendati demikian, penelitian terdahulu sebagian besar berfokus pada sektor menengah atau perusahaan yang relatif lebih mapan. Masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengkaji konteks UMKM mikro, khususnya usaha kuliner dengan model penyajian unik seperti Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta. Usaha ini menerapkan konsep *self-service*, di mana konsumen memilih sendiri jenis pentol dan bahan pelengkap sesuai selera. Konsep inovatif ini perlu diuji lebih jauh, apakah kualitas produk dan layanan yang ditawarkan telah memenuhi harapan konsumen dan berdampak terhadap keputusan pembelian.

Pentingnya penelitian ini juga didukung data penjualan Pentol Prasmanan Terserah periode April–Juli 2025. Penjualan awal pada April mencatat omzet Rp5.042.000 dengan profit Rp2.112.000, namun turun tajam lebih dari 75% di Mei. Pada Juni–Juli, omzet berangsur naik kembali, tetapi belum menyamai performa awal. Fluktuasi ini menjadi indikasi adanya potensi masalah kualitas produk maupun pelayanan yang memengaruhi keputusan pembelian. Fenomena tersebut memperkuat urgensi penelitian ini, karena konsistensi kualitas adalah kunci keberlangsungan usaha kuliner.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki *novelty* pada konteks pengujian kontribusi kualitas produk dan layanan dalam membentuk keputusan pembelian di usaha mikro kuliner berbasis konsep prasmanan. Fokus pada Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta memberikan kontribusi akademis dalam memperluas literatur perilaku konsumen UMKM, sekaligus kontribusi nyata bagi pihak pengusaha dalam merancang langkah kebijakan peningkatan kualitas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Pentol Prasmanan Terserah?

TEORI

Kualitas Produk

Dalam konteks persaingan bisnis, kualitas produk menjadi elemen kunci yang membantu perusahaan membangun reputasi dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Apabila suatu produk memiliki mutu yang baik, maka produk tersebut mampu memberikan nilai lebih sekaligus memperkuat kepuasan konsumen atas produk yang dikonsumsi. Sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016), kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memberikan kepuasan sesuai harapan konsumen yang tercermin melalui atribut serta ciri-cirinya, menjadi tolak ukur dari kualitas produk.

Penelitian Perwiranegara (2025) menyimpulkan bahwa mutu produk terbukti menjadi aspek yang berpengaruh dalam menentukan pilihan konsumen. Konsumen umumnya memilih produk dengan konsistensi pada cita rasa, tampilan, dan daya tahan. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi positif mengenai kualitas produk berpengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan serta menumbuhkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan pandangan Garvin yang disampaikan oleh Lupiyoadi (2015) menyebutkan bahwa kualitas produk dapat diukur melalui dimensi seperti *performance*, *durability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*. Dalam konteks produk kuliner, elemen seperti cita rasa, aroma, dan kebersihan menjadi indikator utama yang membentuk persepsi kualitas di benak konsumen. Dengan demikian, upaya menjaga konsistensi mutu merupakan langkah strategis yang perlu diterapkan oleh pelaku usaha seperti Pentol Prasmanan Terserah dalam mempertahankan minat beli konsumen.

H₁: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Layanan

Layanan yang berkualitas dipandang sebagai faktor penting yang turut memengaruhi kepuasan serta pilihan konsumen dalam melakukan pembelian. Parasuraman et al. (1988) mengidentifikasi lima dimensi sebagai ukuran kualitas layanan, meliputi jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangibles*), serta empati (*empathy*). Kelima dimensi tersebut mencerminkan kemampuan organisasi dalam menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga berpotensi melampaui ekspektasi pelanggan.

Dinyatakan oleh Oktrichaendy et al. (2022) mutu layanan memiliki dampak yang nyata terhadap cara konsumen mengambil keputusan pembelian. Temuan penelitian tersebut menegaskan bahwa pelayanan yang diberikan secara cepat, ramah, dan konsisten dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali melakukan transaksi pembelian pada produk yang telah digunakan sebelumnya. Hasil ini memperkuat relevansi penerapan konsep SERVQUAL dalam konteks usaha kuliner lokal.

Sualang et al. (2020) menambahkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan terbentuk dari pengalaman langsung yang mereka rasakan. Dalam hal ini, Pentol Prasmanan Terserah perlu memastikan bahwa setiap interaksi antara pelanggan dan karyawan mampu menciptakan pengalaman positif, baik dari segi kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, maupun keramahan staf.

H₂: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

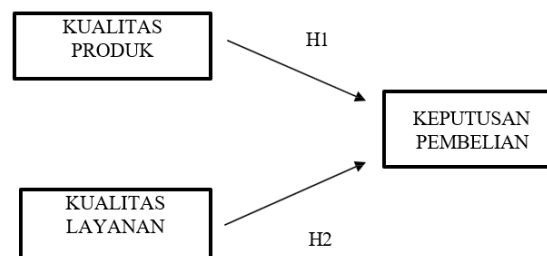
Keputusan Pembelian

Proses penilaian beberapa pilihan yang diikuti dengan pembelian produk oleh konsumen disebut sebagai keputusan pembelian. Berdasarkan pandangan Kotler & Keller (2016), terdapat enam komponen penting yang memengaruhi tahapan pengambilan keputusan tersebut, di antaranya merek, pemilihan produk, saluran distribusi, waktu pembelian, metode pembayaran yang digunakan serta jumlah yang dibeli. Aspek-aspek tersebut berfungsi sebagai dasar dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk kuliner, sekaligus menjadi faktor penting dalam memahami dinamika pasar dan strategi pemasaran yang efektif.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki keterkaitan yang bermakna dengan perilaku pembelian konsumen. Perwiranegara (2025) menemukan bahwa kualitas produk serta inovasi memberikan pengaruh yang bermakna terhadap perilaku pembelian kosmetik. Penelitian Oktrichaendy et al. (2022) menunjukkan bahwa mutu layanan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan konsumen, sedangkan Ardalia et al. (2023) menegaskan bahwa kedua faktor tersebut mutu layanan dan produk secara bersamaan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku pembelian di kalangan pelanggan kafe di Kudus.

Berdasarkan kajian-kajian tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian (*gap analysis*) karena sebagian besar studi sebelumnya lebih berfokus pada perusahaan menengah dan besar. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menyoroti usaha mikro kuliner berbasis konsep *self-service* atau prasmanan. Studi ini menelusuri pengaruh mutu produk dan mutu layanan terhadap perilaku pembelian konsumen pada usaha kuliner mikro, khususnya Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta.

KERANGKA BERFIKIR



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Kajian ini menitikberatkan pada konsumen Pentol Prasmanan Terserah yang berlokasi di Jalan Jetis Raya, Desa Gentan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo. Konsumen yang dimaksud mencakup semua pembeli yang melakukan transaksi baik makan di tempat maupun dibawa pulang selama jam operasional usaha.

Pendekatan kuantitatif diterapkan melalui penggunaan metode survei, yang bertujuan menghasilkan data terukur guna mendukung analisis yang bersifat objektif. Fokus penelitian diarahkan pada konsumen Pentol Prasmanan Terserah yang melakukan pembelian produk, baik untuk dikonsumsi di lokasi maupun dibawa pulang. Karena jumlah total konsumen tidak diketahui secara pasti, maka populasi penelitian ini dikategorikan sebagai *infinite population*.

Jenis Penelitian

Studi ini diterapkan secara kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel secara sistematis. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kuantitatif bertujuan menguji teori dengan mengukur hubungan antarvariabel yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis melalui prosedur statistik. Dengan pendekatan asosiatif, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2)

memengaruhi keputusan pembelian (Y).

Sumber Data

Melalui kombinasi data primer dan sekunder, penelitian ini berupaya memperoleh informasi yang komprehensif. Data primer dikumpulkan dari responden yang merupakan konsumen Pentol Prasmanan Terserah menggunakan instrumen berupa kuesioner. Sementara itu, data sekunder bersumber dari literatur pendukung seperti jurnal ilmiah, buku referensi, artikel penelitian, serta dokumen usaha terkait (Sugiyono, 2017).

Metode Pengumpulan Data

Berbagai cara pengumpulan data diterapkan dalam studi ini, diantaranya:

- a. Kuesioner
Metode kuesioner diterapkan sebagai salah satu cara pengumpulan data dalam studi ini. Mengacu pada Sugiyono (2017), kuesioner merupakan instrumen utama yang dirancang untuk memperoleh informasi melalui pertanyaan tertulis yang diisi langsung oleh responden. Pengukuran tingkat persetujuan setiap pernyataan oleh responden dilakukan melalui skala likert dengan lima tingkatan.
- b. Observasi
Berdasarkan Arikunto (2010), Metode yang melibatkan pemantauan langsung objek penelitian untuk mengumpulkan data disebut observasi. Proses observasi dilakukan terhadap aspek pelayanan, kebersihan, serta suasana usaha yang ada di lokasi penelitian.
- c. Studi pustaka
Menurut Nazir (2014), menyatakan bahwa studi pustaka dilaksanakan dengan mengumpulkan dan meninjau berbagai referensi ilmiah yang relevan agar dapat memperkuat landasan teori serta menunjang analisis data dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017), populasi mencakup seluruh elemen yang menjadi sasaran pengamatan dalam suatu penelitian. Penelitian ini menargetkan semua konsumen Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta sebagai populasi. Karena ketidakpastian jumlah populasi, teknik *accidental sampling* diterapkan. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017), menyatakan bahwa *accidental sampling* adalah metode pemilihan sampel yang bergantung pada kesempatan, dengan responden dipilih dari individu yang kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria. Mengacu pada rumus lemeshow, jumlah minimum responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 97 orang.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X1)	1. Cita Rasa
	2. Aroma
	3. Tekstur dan Konsistensi
	4. Kebersihan Produk
	5. Penyajian dan Penampilan
	6. Ukuran Porsi
	7. Keamanan Pangan
	8. Konsistensi Kualitas
	9. Daya Tahan
	10. Kesesuaian dengan Harapan

Kualitas Layanan (X2)	1. Keandalan (<i>Reliability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pilihan Produk b. Pilihan Merek c. Pilihan Penyalur d. Waktu Pembelian e. Jumlah Pembelian f. Metode Pembayaran

Sumber: Data Sekunder Diolah (2025)

TEKNIK ANALISIS DATA

Peneliti menganalisis data secara kuantitatif menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linier berganda guna menghasilkan temuan yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Uji Kualitas Data

Uji *validity* dilakukan untuk memastikan setiap butir pertanyaan mewakili variabel yang diukur, sedangkan uji *reliability* menilai konsistensi internal instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ (Sugiyono, 2017).

Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi diawali dengan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan data. Tahapan meliputi uji normalitas (*Kolmogorov Smirnov*), multikolinearitas ($VIF < 10$; *Tolerance* $> 0,10$), dan heteroskedastisitas (Glejser). Ketiga uji tersebut menjamin validitas data dalam analisis regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara simultan maupun parsial. Persamaan regresi yang diterapkan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Uji Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Secara parsial dalam penelitian ini di uji dengan uji t. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Uji Kualitas Data

a. Uji *Validity*

Instrumen penelitian diuji untuk memastikan akurasi dan konsistensi dalam mengukur konstruk variabel. Hasil uji *validity* menunjukkan seluruh item pada variabel kualitas produk

(X1), kualitas layanan (X2), dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1996; $\alpha = 0,05$), sehingga dinyatakan layak digunakan dan valid.

Tabel 2. Hasil Uji *Validity*

Variabel	Jumlah Item	Rentang r_{hitung}	r_{tabel}
Kualitas Produk (X1)	10	0,345 – 0,811	0,1996
Kualitas Layanan (X2)	5	0,421 – 0,779	0,1996
Keputusan Pembelian (Y)	6	0,382 – 0,812	0,1996

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

a. Uji *Reliability*

Uji *Reliability* dilakukan untuk menilai konsistensi jawaban responden. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,60, sehingga instrumen layak digunakan dan tergolong sangat reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji *Reliability*

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Produk (X1)	10	0,891
Kualitas Layanan (X2)	5	0,842
Keputusan Pembelian (Y)	6	0,867

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Uji Asumsi Klasik

Sebelum penerapan regresi, data diuji melalui serangkaian asumsi klasik untuk memastikan kesesuaian model regresi linier berganda. Hasil *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga residual dapat dianggap berdistribusi normal. Sebaran titik pada Normal P–P Plot yang mengikuti garis diagonal memperkuat hasil tersebut.

Pengujian multikolinearitas memperlihatkan seluruh variabel memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 , menandakan tidak terdapat korelasi kuat antarvariabel bebas. Sementara itu, uji glejser menghasilkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan ketiga uji tersebut, data memenuhi seluruh asumsi klasik sehingga model regresi layak digunakan. Analisis selanjutnya dengan regresi linear berganda mengonfirmasi bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Pentol Prasmanan Terserah di Surakarta.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menelaah pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Pentol Prasmanan Terserah. Hasil olahan data melalui SPSS versi 26 ditampilkan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t_{hitung}	Sig.
Konstanta	2,114	—	—
Kualitas Produk (X1)	0,291	3,458	0,001
Kualitas Layanan (X2)	0,367	4,221	0,000
$R^2 = 0,652$	$F = 41,563$	$Sig. F = 0,000$	

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis data model regresi yang diperoleh dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2,114 + 0,291X_1 + 0,367X_2 + e$$

Konstanta sebesar 2,114 menunjukkan nilai dasar keputusan pembelian (Y) ketika kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) dianggap tetap. Koefisien regresi X1 sebesar 0,291 dan X2 sebesar 0,367 menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel meningkatkan keputusan pembelian dengan arah positif. Nilai signifikansi $< 0,05$ menegaskan bahwa keduanya berpengaruh signifikan terhadap Y. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,652 menunjukkan bahwa 65,2% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh model, sedangkan 34,8% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh lebih besar dibandingkan kualitas produk, sebagaimana tercermin dari nilai koefisien regresinya yang lebih tinggi. Dengan demikian, aspek pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Pentol Prasmanan Terserah.

Uji Hipotesis

Untuk menilai pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), baik secara parsial maupun simultan, digunakan pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil analisis disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis		
Jenis Uji	Nilai Statistik	Sig.
<i>t-test</i> Kualitas Produk (X1)	3,458	0,001
<i>t-test</i> Kualitas Layanan (X2)	4,221	0,000
<i>F-test</i> (Simultan)	41,563	0,000
R^2	0,652	—

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji parsial (*t-test*), nilai signifikansi kedua variabel independent kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) lebih kecil dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, peningkatan kualitas produk maupun layanan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil uji simultan melalui *F-test* menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti kualitas produk dan layanan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengonfirmasi bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan hubungan positif antara kedua variabel tersebut dan perilaku pembelian konsumen di Pentol Prasmanan Terserah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Pentol Prasmanan Terserah menilai cita rasa, kebersihan, dan penyajian yang menarik sebagai aspek utama dalam menentukan keputusan pembelian. Selain itu, pelayanan yang cepat, ramah, serta profesional turut memperkuat kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menegaskan bahwa peningkatan mutu produk (X1) dan kualitas layanan (X2) berperan dalam meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan keputusan pembelian.

Temuan penelitian ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2016), bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*) merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap nilai dan tingkat kepuasan yang diperoleh dari produk maupun layanan yang diterima. Hasil penelitian menunjukkan kesesuaian dengan temuan Fariz Oktrichaendy et al. (2022) dan Ilma Ardalia et al. (2023), di mana mutu layanan dan produk secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan pembelian (*purchase decision*) dalam sektor kuliner.

Berdasarkan hasil tersebut, Pentol Prasmanan Terserah disarankan untuk menjaga konsistensi cita rasa, meningkatkan mutu pelayanan, serta memperkuat hubungan dengan konsumen untuk mempertahankan loyalitas dan persaingan usaha di pasar lokal.

SIMPULAN

Analisis hasil penelitian memperlihatkan adanya pengaruh positif kualitas produk dan layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pentol Prasmanan Terserah, Surakarta. Peningkatan persepsi konsumen terhadap kualitas produk termasuk cita rasa, kebersihan, dan penyajian serta terhadap kualitas layanan, seperti kecepatan, keramahan, dan ketepatan, terbukti meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dengan demikian, kedua variabel ini memainkan peran utama dalam membentuk keputusan pembelian pada Pentol Prasmanan Terserah Surakarta yang termasuk dalam usaha kuliner berskala mikro.

Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait cakupan yang hanya menyertakan satu lokasi usaha, sehingga temuan belum dapat diterapkan secara umum pada seluruh bisnis kuliner sejenis. Selain itu, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti *price perception*, *product innovation*, *brand image*, *promotion*, dan *customer loyalty*. Oleh sebab itu, studi mendatang dianjurkan untuk mencakup wilayah penelitian yang lebih luas dan memasukkan variabel tambahan tersebut agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumen pada sektor kuliner lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardalia, I., Purbawati, D., & Widayanto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada “Pdkt Resto Café” Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 620–629. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik sektor industri makanan dan minuman*. <https://www.bps.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Data dan informasi UMKM Indonesia 2024*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Salemba Empat.

- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novita Suci Christiani. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Refining Toner Avoskin*. 167–186, dari <https://repository.stiesurakarta.ac.id/submission/e4f6ef35-6007-4fed-a268-cfb6a566d62a>
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (1988). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35, dari https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Perwiranegara, B. (2025). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION ON GAME STORY BOARD GAME & CAFE WITH BUYING INTEREST AS AN INTERVENING VARIABLE. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*. <https://doi.org/10.35508/jom.v18i1.15752>
- Sualang, J. J., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. R. (2020). Importance Performance Analysis (Ipa) Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Winangun Atas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 476–485. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33520>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.