

## **The Effect of Price, Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions on Purchase Decisions on Ikat Weaving CV Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan**

Andar Selviani<sup>1</sup>, Muh. Syarif<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Trunojoyo Madura

### **INFO ARTIKEL**

#### Sejarah Artikel:

Diterima : Juni 2024  
Diperbaiki : Juni 2024  
Disetujui : Juni 2024

#### Keywords:

*Price, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision.*

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and service quality on purchasing decisions on CV Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan Ikat Weaving, both partially and simultaneously on purchasing decisions. This research was conducted with quantitative methods. The sampling technique used is Nonprobability Sampling with the Purposive Sampling method, which means that the sample determination technique is based on certain considerations, in this case the researchers determined a sample of 97 respondents. The population of this study is consumers who have bought or used Lamongan paradila woven fabrics.*

*The results of this study indicate that the variables of price, product quality and service quality have a partial effect on purchasing decisions. Variable price, product quality and service quality simultaneously influence purchasing decisions.*

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Tenun Ikat CV Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dengan metode Purposive Sampling, yang artinya teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, dalam hal ini peneliti menentukan sampel sebanyak 97 responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan kain tenun ikat paradila Lamongan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

## PENDAHULUAN

Tujuan utama harga suatu produk menjadi persoalan sangat penting oleh seorang konsumen untuk memutuskan pembelian, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk ataupun jasa. Harga merupakan suatu masalah bagi setiap perusahaan karena setiap perusahaan harus menetapkan harga jual yang nantinya memberikan tingkat keuntungan bagi perusahaan. Namun penetapan harga jual menjadi peranan sangat penting untuk mempengaruhi persaingan pemasaran produk dalam mempertahankan posisi perusahaan terhadap pasar. Selain itu, jika perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi menyebabkan penjualan produk akan menurun namun, jika harga terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan perusahaan.

Menurut Swastha (2012:89) harga merupakan sejumlah uang atau ditambah beberapa barang kalau bisa karena, dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dalam Hal ini tenun ikat Paradila menetapkan harga jual yang pantas sesuai dengan kualitas produk dan motif desainya, dapat dipastikan harganya sangat terjangkau mulai dari harga 150 ribu hingga 225 ribu sudah mendapatkan satu helai tenun ikat atau per pieces nya.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen setelah membeli dan memakai suatu produk. Namun berbeda dengan kualitas produk dari tenun ikat paradila ini, sudah tidak lagi di ragukan kualitasnya karena produk sudah dikenal sebagai kerajinan yang memproduksi tenun diantaranya tenun sarung, tenun ikat, tenun songket, tenun batik spesial. yang merupakan produk lokal asli Lamongan sendiri. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya maka, produk ini akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Sehingga konsumen bersedia membayar uang sejumlah harga untuk membeli produk yang berkualitas. Tenun Ikat Paradila mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksinya, sehingga produk yang dihasilkan penjualannya sekarang sudah mencapai pasar internasional. Dengan adanya penjualan ekspor produk tenun ikat paradila harus bisa mempertahankan kualitas produknya, supaya konsumen selalu puas dan mempercayai produk tersebut.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan maupun tersirat (Abdullah dan Tantri 2012:168). Sedangkan Menurut, Sumaedi dan Yarmen (2015:121) Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan mengenai keunggulan kinerja layanan yang disediakan oleh perusahaan. Untuk itu meningkatkan kualitas pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang cepat dan tanggap, bertanya ke pelanggan dan mendengarkan keluhan dari pelanggan, menjaga kesabaran dan kesopanan serta memberi solusi kepada pelanggan, jika ada janji sama pelanggan penjual atau karyawan harus menepatinya.

Namun tujuan dari kualitas pelayanan adalah untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, untuk menghindari tuntutan yang tidak diharapkan dari konsumen, untuk menjaga agar konsumen tetap merasa diperhatikan segala kebutuhannya, dan yang terakhir untuk menciptakan kepercayaan kepada konsumen. sehingga akan berpengaruh

terhadap keputusan pembelian produk. keputusan pembelian adalah perilaku seseorang yang mengacu pada perilaku pembelian akhir konsumen baik individual maupun rumah tangga yang membeli jasa maupun produk dengan kualitas yang disukai untuk dikonsumsi secara pribadi.

Tenun ikat CV Silvi Mn Paradila usahanya berdiri sejak tahun 1991 yang awalnya merupakan usaha dari keluarga kemudian di teruskan dan dikembangkan oleh anak kandungnya yang bernama Miftakhul Khoiri, sebelum usaha diteruskan oleh bapak Miftakhul Khoiri beliau selalu belajar dari orang tuanya bagaimana cara membuat tenun ikat yang bagus dan berkualitas. adapun proses pembuatannya kata beliau hanya membutuhkan alat tradisional dari peralatan yang digunakannya. tenun ikat ini memiliki ciri khas berupa kain yang diproduksi lebih halus dan tidak begitu tebal, bahan yang digunakan lebih lemas dan jatuh, untuk bahan yang sering digunakan tenun ikat paradila yaitu terbuat dari bahan katun mesres yang mirip sutra tapi lebih bagus kualitasnya sehingga dapat memberikan kesan dingin selain itu, desain dan motif kain tenun ikat ditentukan untuk memperoleh kombinasi warna yang bagus dan berkualitas.

Industri ini memproduksi kain tenun sarung, kain tenun ikat, kain tenun songket, dan kain tenun batik. Tenun ikat paradila saat ini memiliki motif terbaru yaitu motif gapura paduraksa Lamongan. dan gambaran yang biasa dipakai adalah teratai, melati, kipas, pyuk pecah, pyul tiga roda uyeng dan uker. tenun ikat paradila juga menyediakan beberapa kain tenun ikat di butik pribadi milik paradila, diantaranya yaitu tenun ikat doby, tenun ikat doby tiker, songket sido, songket payet, songket ancak, dan tenun ikat spesial. Sehingga yang menjadi Produk unggulan desa parengan saat ini adalah tenun ikat dan kain songket. Berikut data penjualan tenun ikat CV Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan.

Tabel 1. Penjualan tenun ikat pada CV Silvi MN Paradila Lamongan Periode Bulan Januari - Desember 2021.

No	Bulan	Penjualan (Pieces)
1	Januari	95
2	Februari	103
3	Maret	100
4	April	112
5	Mei	90
6	Juni	115
7	Juli	110
8	Agustus	130
9	September	100
10	Oktober	120
11	November	125
12	Desember	140

Sumber: CV Silvi MN Paradila Lamongan, 2021

Tabel 2. Penjualan tenun ikat pada CV Silvi MN Paradila Lamongan Periode Bulan Januari – September 2022

No	Bulan	Penjualan (Pieces)
1	Januari	150
2	Februari	137
3	Maret	100
4	April	160
5	Mei	153

6	Juni	147
7	Juli	166
8	Agustus	154
9	September	160

Sumber: CV Silvi MN Paradila Lamongan, 2022

Pada tabel 1 dan tabel 2 dapat diketahui bahwa penjualan dari tenun ikat CV Silvi Mn Paradila sedang mengalami fluktuasi di tahun 2021 terjadi karena naik turunnya penjualan tenun ikat saat pembatasan pandemi Covid-19, dimana aktivitas diluar rumah tidak begitu banyak hal itulah yang dapat mempengaruhi penjualan tenun ikat berkurang untuk dijadikan busana dan lainya selain itu, terjadinya persaingan produk yang sama memproduksi tenun ikat namun, Cv Silvi Mn Paradila ini tetap mempertahankan kualitas produknya dengan harga yang terjangkau selain itu selalu memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan yang berkunjung ke showroom paradila. di pertengahan tahun 2022 penjualan tenun ikat sudah mulai stabil. Hingga saat ini keputusan konsumen dalam membeli sudah bisa normal kembali karena semua aktivitas yang sering menggunakan atau membeli produk tenun ikat yaitu; karyawan atau pegawai kantor, Guru, dan masih banyak lainnya. sudah bisa melakukan aktivitasnya di luar rumah.

Adapun pemasaran yang dilakukan tenun paradila ini melalui tatap muka langsung dan secara (personal selling) yang artinya penjualan dari mulut ke mulut yang dinilai lebih efektif selain itu, juga mengikuti kegiatan pameran dan bazar yang ada di sekitar Lamongan. dengan tujuan pemasaran produk kerajinan tenun paradila ini lebih cepat terdengar oleh banyak masyarakat. Hingga sekarang penjualan dari keseluruhan produk CV Silvi Mn Paradila ini menghasilkan perbulan mencapai kurang lebih 80 juta rupiah. Adapun alasan penulis mengambil Objek Tenun Ikat CV Silvi Mn Paradila ini, dikarenakan tenun tersebut merupakan Produk Unggulan dari Lamongan dan produk yang dihasilkan tenun ikat paradila sudah menjadi produk ekspor oleh distributor yang penjualanya sudah sampai ke pasar internasional tentunya di wilayah somalia dan timur tengah. Namun, produksi pembuatanya hanya ada di sentra industri paradila yang berlokasi di desa parengan kecamatan maduran kabupaten Lamongan, Proses pembuatan tenun ikat sendiri masih di desain secara tradisional yang dirakit dari kayu dan dikerjakan oleh tangan tangan terampil warga sekitar. untuk harga per lembaran kain tenun ikat dibandrol dengan harga sangat terjangkau mulai 150.000 hingga 225.000, sedangkan untuk harga tenun ikat yang sudah menjadi baju harganyal mulai 275.000.

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu penghasil kerajinan tenun ikat, songket dan batik. yang saat ini dapat menaungi warga desa parengan dan sekitarnya untuk melestarikan tenun ikat di Lamongan. Tenun ikat CV Silvi Mn Paradila Lamongan merupakan salah satu usaha yang menerapkan strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

## **METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini adalah Tenun Ikat CV Silvi Mn Paradila Lamongan yang merupakan industri kerajinan tenun ikat yang berlokasi di desa parengan kecamatan maduran Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kuisisioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk dari tenun ikat Paradila Lamongan. teknik penentuan sampel dengan menggunakan Nonprobability

Sampling dengan teknik Purposive Sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran dengan jumlah populasi besar dan tidak diketahui, Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus maka diketahui jumlah sampelnya adalah 97 orang responden. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara dan hasil kuisisioner kepada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk tenun ikat paradila lamongan. sedangkan data sekunder didalam penelitian ini mengumpulkan data dengan cara studi kepustakaan yaitu membaca buku-buku, jurnal dan artikel lainnya. Uji analisis yang digunakan adalah, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Analisis Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F), Koefisien Determinasi.

## HASIL

Tabel 3. Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	3,527	1,331		2,650	,009
Harga (X1)	,172	,068	,206	2,518	,014
Kualitas Produk (X2)	,246	,077	,302	3,176	,002
Kualitas Pelayanan (X3)	,244	,060	,380	4,073	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 diketahui hasil dari analisis regresi linear berganda maka diketahui persamaan model dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

$$Y = 3,527 + 0,172 X_1 + 0,246 X_2 + 0,244 X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b^{1234}$  = Koefisien X1

$b_2$  = Koefisien X2

$b_3$  = Koefisien X3

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

Konstanta = 3,527

Nilai konstanta tersebut diketahui menghasilkan nilai positif sebesar 3,527. Maka ketika tidak ada variabel (X1,X2 dan X3), maka keputusan pembelian akan memiliki nilai sebesar 3,527.

Harga = 0,172

Hasil ini merupakan nilai koefisien regresi Harga (X1) terhadap keputusan pembelian, yang artinya apabila variabel bebas lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan satu - satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,172 atau 17,2%.

Kualitas Produk = 0,246

Hasil ini merupakan nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian, yang artinya apabila variabel bebas lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan satu - satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,246 atau 24,6%.

Kualitas Pelayanan = 0,244

Hasil ini merupakan nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian, yang artinya apabila variabel bebas lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu - satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,244 atau 24,4%.

e = Error (variabel pengganggu)

Persamaan regresi linear diatas merupakan hubungan antar variabel independent dengan variabel dependen secara parsial, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan untuk masing - masing variabel sebagai berikut :

### UJI T (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	3,527	1,331		2,650	,009
Harga (X1)	,172	,068	,206	2,518	,014
Kualitas Produk (X2)	,246	,077	,302	3,176	,002
Kualitas Pelayanan (X3)	,244	,060	,380	4,073	,000

Sumber: Data primer diolah, 2022

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4 dengan mengamati baris, kolom t, dan sig. Maka dapat disimpulkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)  $0,014 < 0,05$  dengan nilai Thitung  $2,518 > 1,986$ . Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)  $0,002 < 0,05$  dengan nilai Thitung  $3,176 > 1,986$ . Kualitas Pelayanan (X3)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)  $0,000 < 0,05$  dengan nilai Thitung  $4,073 > 1,986$ .

### UJI F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156,430	3	52,143	41,722	000 <sup>b</sup>
	Residual	116,230	93	1,250		
	Total	272,660	96			

Sumber: Data primer diolah, 2022

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Harga (X1), Kualitas Produk (X2)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 maka dapat dilihat nilai Fhitung sebesar 41,722 dengan nilai Ftabel sebesar 2,70. sehingga nilai Fhitung  $>$  Ftabel atau  $41,722 > 2,70$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat diterima, dan disimpulkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi

Tabel 6. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,757 <sup>a</sup>	,574	,560	1,118

Sumber: Data primer diolah, 2022

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3) , Harga (X1), Kualitas Produk (X2)

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh hasil perhitungan bahwa nilai R Square dalam model regresi sebesar 0,574. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel terikat keputusan pembelian sebesar 57,4% sedangkan sisanya sebesar 42,6%. Dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab dari rumusan masalah sebelumnya yang ada dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh

harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tenun ikat paradila lamongan. berikut yang merupakan pembahasannya.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa hasil variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). yang artinya apabila pengaruh harga semakin kuat maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Harga merupakan satu- satunya peranan yang sangat penting dalam sebuah usaha karena harga menjadikan usaha dalam mencapai suatu target yang diinginkan. Adapun penetapan harga dalam usaha juga sangat penting karena nantinya dapat meningkatkan penjualan suatu produk dan jasa yang dihasilkan selain itu, menciptakan fondasi sebagai dasar bisnis yang dijalankan akan berhasil.

Dari hasil SPSS menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap harga ditunjang oleh indikator yang digunakan dalam variabel harga yaitu Harga yang sesuai dengan manfaat, Persepsi harga, Harga barang terjangkau, Persaingan harga, Kesesuaian harga. Dengan begitu Tenun ikat paradila lamongan tetap memperhatikan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang dihasilkan. Sehingga hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan untuk membeli produk tenun ikat paradila.

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Friani Gloria Igir, Jhony R.E.Tampi dan Henny Taroreh (Jurnal Administrasi Bisnis) 2018. Yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa hasil variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). yang artinya apabila pengaruh kualitas produk semakin kuat maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Kualitas produk merupakan elemen yang utama dalam menjalankan sebuah bisnis khususnya bagi pengusaha yang ingin mempertahankan bisnisnya, kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk ataupun jasa untuk menjalankan fungsinya dan memperhatikan resikonya.

Dari hasil SPSS menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fakta ini membuktikan bahwa responden memperhatikan kualitas sebagai pertimbangan keputusan pembelian karena kualitas yang diberikan tenun ikat paradila sangat berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan tenun ikat paradila sudah cukup baik seperti memperhatikan dari desain motif, corak warna, dan bahan yang digunakan saat memproduksi. Sesuai indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ; ciri produk, kesesuaian produk, ketahanan produk, kehandalan produk dan desain produk Sangat diperhatikan oleh tenun ikat paradila.

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sinta Yuliana dan Ali Maskur (Journal Of Management & Business) 2022. Yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa hasil variabel kualitas pelayanan



(X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). yang artinya apabila pengaruh kualitas pelayanan semakin kuat maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena disitulah terjadi interaksi antara penjual dan pembeli secara langsung berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari hasil SPSS menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fakta ini membuktikan bahwa responden memperhatikan kualitas yang diberikan tenun ikat paradila sebagai pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan yaitu ; bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sangat diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan pembelian, dan karyawan tenun ikat paradil bersedia melayani dengan sangat ramah jadi pelanggan tidak perlu khawatir.

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tirta Imarrye Manoy, Lisbeth Mananeke dan Rotinsulu Jopie Jorie (Jurnal Emba) 2021. Yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa hasil variabel (X) harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). yang artinya apabila pengaruh variabel (X) semakin kuat maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Menurut Afriza (2019:41) Keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai proses dimana seseorang benar-benar melakukan pembelian diantara pilihan yang tersedia karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tercapainya tujuan perusahaan ditandai oleh banyaknya konsume yang melakukan pembelian atau transaksi terhadap produk yang dihasilkannya sehingga kebutuhan produk tersebut merupakan perilaku dari konsumen. Perilaku konsumen ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dia konsumen menyukai produk tersebut maka mereka akan mengulangi pembelian kembali.

Hasil dari penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Waseso Segoro dan Mochamad Rifky Rifaldi (2020). Yang menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan maka dapat ditarik kesimpulannya oleh penulis sebagai berikut :

1. Variabel harga berpengaruh secara parsial dengan menunjukkan hasil yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan yang artinya jika pengaruh harga semakin kuat maka, keputusan pembelian pada tenun ikat paradila lamongan juga semakin meningkat.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial dengan menunjukkan hasil yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan yang artinya jika kualitas produk yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan maka, keputusan pembelian pada tenun ikat paradila lamongan juga semakin meningkat.

3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara persial dengan menunjukkan hasil yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan yang artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan dapat memuaskan maka, keputusan pembelian pada tenun ikat paradila lamongan juga semakin meningkat.
4. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan menunjukkan hasil yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan yang artinya ketiga variabel tersebut berpengaruh pada tenun ikat paradila lamongan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E. F. (2019). Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *Mbia*, 18(1), 37-48. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.320>
- Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas. (2016). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. PANDIVA BUKU.
- Firdaus, F. R., Mariam, S., & Sudrajat, A. (2022). JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi) Volume 14 No. 1 / Mei / 2022. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 14(1), 44-53.
- Hardani, dkk. (2020). METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). *Balance* Vol. XIV No. 1 | Januari 2017. XIV(1).
- oang, T. T., Pham, T. H., & Vu, T. M. H. (2022). Examining customer purchase decision towards battery electric vehicles in Vietnam market: A combination of self-interested and pro-environmental approach. *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2141671>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92-121.
- Satriadi, D. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN. Samudra Biru.
- Sugiyono, P. D. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF & R&D. ALFABETA, CV.
- Waseso Segoro, & Mochamad Rifky Rifaldi. (2021). The Influence Of Price, Product Quality And Service Quality On Purchase Decision Of Netflix Applications. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1705-1711. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.340>
- Widyastuti, T. (2017). Harga Dan Kualitas Produk Terhadap KepuaPengaruhsan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233-240. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2130>