



ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU (STUDI KASUS UMKM TAHU PAK PUSPO DI DESA SUKAJADI KEC. SUNGAI ROTAN KAB. MUARA ENIM)

Debi Yulyani¹, H. Bagus Setiawan², Saprida³

¹Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

^{2,3}Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

Email: debiyulyani00@gmail.com, saprida@stebisigm.ac.id, bagus@stebisigm.ac.id.

Abstract

This research was conducted in the village of Sukajadi Kampung III, Sub-District. Rattan River District. Estuary Enim. The purpose of this study is to determine and analyze the effect of trust on purchasing decisions, to determine and analyze the effect of service quality on purchasing decisions, as well as to determine and analyze the effect of trust and service quality on purchasing decisions partially and simultaneously in Sukajadi village communities. This study uses a quantitative method with an associative approach. The type of data used is primary data. The sampling technique used is the non-prabability sampling method. The population in this study were all Sukajadi villagers who bought tofu at Pak Puspo's place, the criteria for sampling observations made were 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires with data analysis techniques using multiple correlation analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis using SPSS 24 tools, Determination Coefficient Test, F test and T test. Instrument testing uses validity and reliability tests. (1) Partially it is known that trust has a positive and significant influence on tofu purchasing decisions in Sukajadi Village. (2) Partially it is known that service quality has a positive and significant influence on tofu purchasing decisions in Sukajadi Village. (3) Simultaneously, it is known that trust and service quality have a significant influence on tofu purchasing decisions in Sukajadi Village.

Keywords: Trust, Service Quality and Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini dilakukan Di Desa Sukajadi Kampung III kec. Sungai Rotan Kab. Muara Enim, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan pada masyarakat desa sukajadi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. jenis data yang digunakan adalah data primer, Teknik pengambilan anggota sampel menggunakan metode nonprabability sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa sukajadi yang membeli tahu di tempat Pak Puspo, kriteria penarikan sampel pengamatan yang dilakukan berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan Teknik analisis data menggunakan Analisis korelasi berganda, Uji Asumsi Klasik, Analisis

Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS 24, Uji Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T. pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. (1) secara parsial diketahui bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tahu di Desa Sukajadi. (2) Secara parsial diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tahu di Desa Sukajadi. (3) Secara simultan diketahui bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tahu di Desa Sukajadi.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Di Indonesia Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara- negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara maju. Di Indonesia peran UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi juga berperan penting dalam mengembangkan suatu usaha. Di era globalisasi yang semakin berkembangini sudah banyak usaha yang telah berkembang salah satunya UMKM.

UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) merupakan kegiatan produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Pada saat ini, UMKM sangat berkembang pesat di tengah masyarakat, perkembangan manusia yang pesat, memunculkan kebutuhan pangan yang meningkat. (Shin 2018)

Keberadaan UMKM yang tersebar luas di seluruh penjuru menjadi penumpang produksi nasional sekaligus sumber pendapatan dan kesejahteraan sebagian besar masyarakat. Sektor UMKM di Indonesia diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah undang-undang ini menjadi acuan untuk pemberdayaan dan pengembangan umkm di tanah air. Aturan lainnya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha mikro kecil dan Menengah. Peraturan pemerintah selanjutnya dapat mengatur pengembangan kemitraan berlisensi dan mengkoordinasikan dan mengendalikan usaha mikro kecil dan menengah. (Mukhibatul khusnia 2021)

TINJAUAN PUSTAKA

Kepercayaan

Menurut (lita, 2009) kepercayaan adalah keyakinan bahwa perusahaan dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Selanjutnya Sumarwan (2011) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun) kultural (tergantung system budaya) social (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga dan teman sepergaulan) dan personal (tergantung preferensi atau setiap selera individu).

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku Ratih “perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen terakhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi sendiri. Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa sukajadi sebanyak 950 orang. Dalam menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10%. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis sampel yang termasuk dalam *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling insidental. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang pernah membeli tahu pak puspo. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, pengujian tersebut menggunakan pengujian uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tahu karena memiliki tingkat signifikansi yang tinggi. Berdasarkan ketentuan uji validitas yang telah dilakukan jika variabel memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel maka dinyatakan variabel tersebut valid. Dari hasil uji reliabilitas variabel kepercayaan (X_1) memiliki *cronbach's alpha* 0,749, variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki *cronbach's alpha* 0,603, dan variabel kualitas pelayanan memiliki *cronbach's alpha* 0,617. Maka ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki nilai yang dinyatakan reliabel.

TEKNIK ANALISIS DATA

Studi Korelasi Berganda

Uji korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) Terhadap variabel dependen (Y) secara simultanbersama-sama. yang dinyatakan dengan koefisien korelational (r).

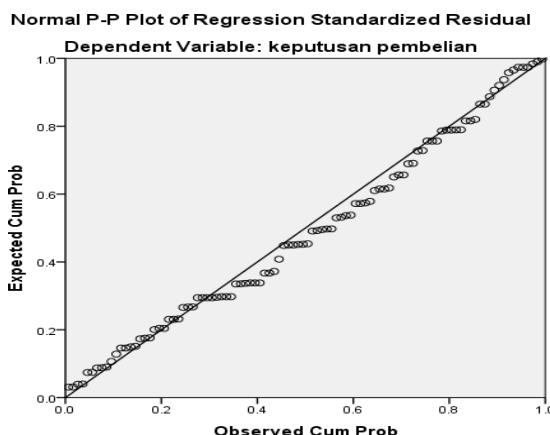
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	0,555 ^a	0,308	0,294	1,951	0,308	21,584	2	2	.9797 .000

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikan $< 0,05$ yaitu 0,000 jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) keduanya secara Bersama-sama berkorelasi atau berhubungan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Jika dilihat dari nilai koefisien yaitu 0,555 menurut pedoman di atas hubungannya berkorelasi sedang. Jika dilihat dengan cara membandingkan Rhitung dan Rtabel maka dapat diperoleh hasil Rhitung $>$ Rtabel ($0,555 > 0,1966$) berarti dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dan independent memiliki hubungan atau berhubungan.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas



Sumber: hasil pengolahan SPSS versi 24

Dapat dilihat pada gambar di atas untuk uji normalitas bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

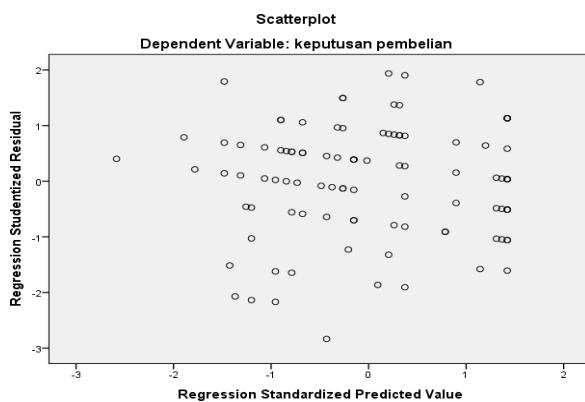
Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance* hasil uji $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sebaliknya apabila nilai *tolerance* hasil uji $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 makadata yang digunakan dalam penelitian ini disimpulkan terjadi multikolinearitas.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)	Collinearity Statistics	
	Kepercayaan	0,796	0,1256
	kualitas pelayanan	0,796	0,1256

Berdasarkan tabel di atas, nilai tolerance variabel bebas yaitu kepercayaan (X_1) = 0,796 dan variabel kualitas pelayanan (X_2) = 0,796. Dari kedua variabel semua lebih besar dari nilai yang ditentukan yaitu 0,100. Untuk nilai VIF kurang dari 10,00 ($VIF < 10,00$) dimana variabel kepercayaan (X_1) = 0,1256 variabel kualitas pelayanan (X_2) = 0,1256 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Berdasarkan gambar di atas hasil dari uji heteroskedastisitas yang menggunakan analisis grafik menunjukkan bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu regression studentized residual dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	20,427	3,590		5,690	0,000
	Kepercayaan	0,30,392	0,10,119	0,30,313	3,33,307	0,00,001
	kualitas pelayanan	0,399	0,112	0,338	3,575	0,001

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficients pada kolom Unstandardized dalam kolom B. dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 20,427 satu satuan, sedangkan untuk nilai koefisien regresi untuk kepercayaan (X_1) = 0,392 Satu satuan, kualitas pelayanan (X_2) = 0,399 Satu satuan. Berdasarkan dari hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang akan kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut.

UJI HIPOTESIS

Uji Koefisien Determinasi R² (Uji Simulasi)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

Model Summary

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.308	.294

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar R square sebesar 0,308 satu satuan sama dengan 30,8% yang menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kepercayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu menjelaskan hubungan yang positif terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y) Sebesar 30,8%.

Uji F

Pengujian ini menggunakan alat uji statistik metode Fisher (Uji F) pada tingkat kepercayaan signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah dengan membandingkan Fhitung dengan F tabel yang dapat diketahui dengan menghitung df1 (jumlah total variabel – 1) = 3 – 1 = 2, dan df2 (n-k-1) = 100 – 2 – 1 = 97 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel X atau Independen).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,285	82,142	21,584	.000 ^b
	Residual	369,155	3,806		
	Total	533,440			

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai Fhitung untuk variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan sebesar 21,584 satu satuan dengan tingkat signifikansi 0,00, sehingga nilai F tabel df1 = 2 dan df2 = 97 diperoleh 3,090 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan pembelian tahu. Artinya, hipotesis yang menyatakan kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dinyatakan diterima.

Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan thitung dengan tabel berdasarkan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan df (n-k-1) = 100– 2 – 1 = 97 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel X atau Independen), sehingga Ttabel yang diperoleh dari Ttabel statistik adalah sebesar 1,98472 satu satuan. Apabila Thitung < Ttabel maka H₀ diterima, sedangkan apabila Thitung > Ttabel maka H₀ ditolak.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	20,427	3,590		5,690	0,000	
	Kepercayaan	0,392	0,119	0,313	3,307	0,001	
	kualitas pelayanan	0,399	0,112	0,338	3,575	0,001	

Data dari hasil pengujian hipotesis (uji T) pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan (X1) menunjukkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan diperoleh nilai Thitung sebesar 3,307 sementara nilai Ttabel 1,984. Sehingga $Thitung = 3,307 > Ttabel = 1,984$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kepercayaan (X1) berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Y)
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan diperoleh nilai Thitung sebesar 3,575 sementara nilai Ttabel 1,984. Sehingga $Thitung = 3,575 > Ttabel = 1,984$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Y)

SIMPULAN

Dari pengujian dan analisis yang dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tahu Di Desa Sukajadi Kec. Sungai Rotan Kab. Muara Enim, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu di desa sukajadi
2. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu di desa sukajadi.
3. Variabel kepercayaan dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada pembuat tahu yang ada di desa sukajadi untuk dapat mencapai tujuan dari usaha yang dijalankan hendaknya selalu menggunakan strategi pemasaran yang baik dengan selalu mempertimbangkan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, dan diferensiasi. Selain itu juga harus selalu memperhatikan daya saing dengan usaha serupa dengan selalu memperhatikan lokasi usaha, harga produk, kualitas produk serta untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen selalu memberikan rasa kepercayaan terhadap UMKM tahu pak puspo
2. Bagi peneliti selanjutnya, apabila akan melakukan penelitian mengenai usaha mikro kecil dan menengah dapat menggunakan teori atau pendekatan lain yang sesuai dengan topik penelitian.
3. Bagi pihak akademik, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi

dan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Soleh Hanurdin. 2020. "Halal, Brand, Price and Decision." 4:73–89.
- Alfian, Ian. 2018. "ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, BRAND DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MEDAN." (May).
- Genny Intan sari. 2020. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang)." VI(2):1–11.
- Mukhibatul khusnia. 2021. "Analisis Pendapatan UMKM (Studi Kasus Java Fiber Banjardowo Jombang)." *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis* Vol 5(1):30–37.
- Shin. 2018. "ANALISIS POTENSI UMKM TAHU DAN TEMPE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Advanced Optical Materials* 10(1):1–9.