



The Influence Of Product Quality, Service Quality And Personal Selling On Customer Purchasing Decisions In PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture

Ryo Januardi^{1*}, Evelyn Chen², Januardin³, Rintan Br. Saragih⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3}

Program Studi Manajemen, Universitas Methodist Indonesia, Kota Medan, Indonesia⁴

januardin.manullang@gmail.com²

*Corresponding Author

ABSTRACT

PT Asia Sakti Wahid Foods Manufacture is: a company engaged in manufacturing where the main activities of this company are: producing snacks such as biscuits, wafers, astor and others. To produce good quality snacks, the company certainly uses the best raw materials and must be supported by good employee work results in order to produce the best products that can compete with other companies. This research will be conducted at PT Asia Sakti Wahid Foods Manufacture which is located at Jalan Pertahanan 1/7, Kampung Timbang Deli, Medan. The research time is February 2023. Researchers took a population in this study of 255 customers who made purchases at the company. The sampling technique to be used is to use the Slovin formula with a tolerance level of 5% where with the calculations carried out, 156 samples were obtained. The results showed that Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Personal Selling has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Simultaneously Product Quality, Service Quality and Personal Selling have a significant effect on Purchasing Decisions at PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Personal Selling, Purchasing Decisions

ABSTRAK

PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture adalah: perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur di mana kegiatan utama pada perusahaan ini adalah: memproduksi makanan ringan seperti biscuit, wafer, astor dan lainnya. Untuk memproduksi makanan ringan yang berkualitas baik, perusahaan tentunya menggunakan bahan baku terbaik serta harus didukung oleh hasil kerja karyawan yang baik agar dapat menghasilkan produk terbaik yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Penelitian ini akan dilakukan di PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture yang beralamat di jalan Pertahanan 1/7, Kampung Timbang Deli, Medan. Waktu penelitian bulan Februari 2023. Peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini sebanyak 255 pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan adalah dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% dimana dengan perhitungan yang dilakukan, didapatkan sebanyak 156 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan. Secara serempak Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Personal Selling berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture Medan.

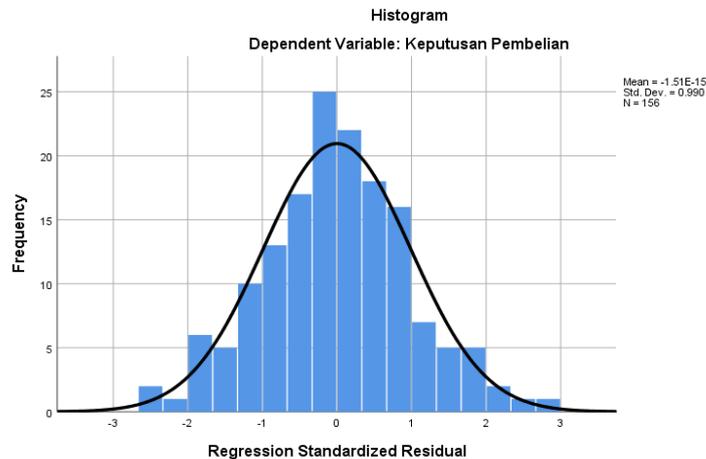
Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Personal Selling, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Pada dasarnya secara umum, masing-masing perusahaan memiliki harapan bahwa perusahaan akan berkembang dan maju dalam mencapai tujuannya dengan baik. Oleh sebab itu, setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan dan mengembangkan perusahaan dengan merencanakan berbagai kegiatan pemasaran guna meningkatkan penjualan produk yang ditawarkannya. Dengan adanya penerapan dari beragam strategi dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan berharap akan dapat mencapai tujuan yang telah tentukannya dengan menarik banyak konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkannya. Untuk setiap perusahaan, mempertahankan eksistensinya agar dapat tetap

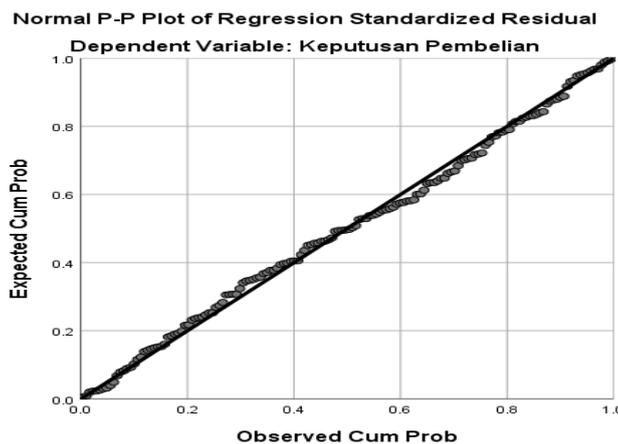
4. Hasil Dan Pembahasan Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



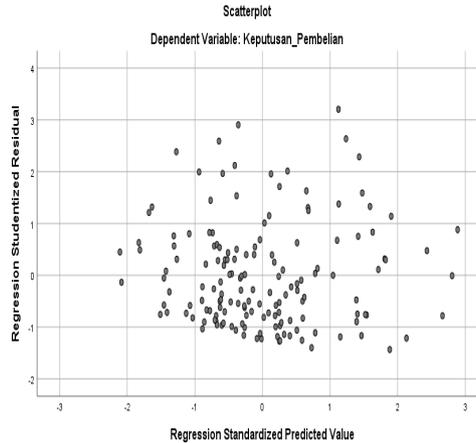
Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.494	2.898		2.586	.011		
	Kualitas Produk	.235	.049	.296	4.815	.000	.873	1.145
	Kualitas Layanan	.271	.069	.228	3.917	.000	.981	1.020
	Personal Selling	.525	.067	.480	7.859	.000	.887	1.127

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta (a) = 7,494. Artinya jika variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X₁), Kualitas Layanan (X₂), dan *Personal Selling* (X₃) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 7,494.
2. Jika ada peningkatan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 23,5%.
3. Jika adanya peningkatan terhadap Kualitas Layanan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 27,1%.
4. Jika adanya peningkatan terhadap *Personal Selling* maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 52,5%.

