

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND AFTER-SALES SERVICE OF HORI BRAND LAMPS ON PURCHASING DECISIONS PT. FOKUS DAYAUTAMA IN EAST JAKARTA

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN PURNA JUAL LAMPU MERK HORI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. FOKUS DAYAUTAMA DI JAKARTA TIMUR

Rahadian Ananto¹, Suadi Sapta Putra², Kumba Digdowiseiso³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta^{1,2,3}
kumba.digdo@civitas.unas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and after-sales service on purchasing decisions of Hori Brand Lamps at PT. Fokus Dayautama in East Jakarta. The population of this study is the consumer of Hori Brand Lights in Jakarta in this study is not known with a sample of 96 workers who handle the installation of street lights by the Department of Highways and Sub-departments based on Anderson's formula. This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 96 respondents. The data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26.0 program. The results obtained in this study are product quality has a positive effect on purchasing decisions, price has a positive effect on purchasing decisions and after-sales services have a positive effect on purchasing decisions. Therefore, PT Fokus Dayautama East Jakarta should pay attention to product quality, price, and after-sales service for Hori Brand Lamps on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, After Sales Service and Purchase Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian Lampu Merek Hori pada PT. Fokus Dayautama di Jakarta Timur. Populasi penelitian ini adalah konsumen Lampu Merk Hori di Jakarta dalam penelitian ini tidak diketahui dengan sampel sebesar 96 pekerja yang menangani pemasangan lampu jalan oleh Dinas Bina Marga dan Suku Dinas berdasarkan rumus Anderson. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 orang responden. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26.0. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan Pelayanan Purna Jual berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu hendaknya PT Fokus Dayautama Jakarta Timur harus memperhatikan Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Lampu Merek Hori terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Pelayanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membuat persaingan bisnis di berbagai macam lini usaha mengalami peningkatan, mulai dari bidang otomotif, bidang fashion sampai bidang elektronik. Pola pikir konsumen yang semakin beragam dan dinamis membuat setiap lini usaha dituntut agar menciptakan sebuah produk yang mempunyai daya saing tinggi dengan produk-produk lainnya. Selain daya saing, manfaat yang

didapatkan konsumen dari barang yang mereka gunakan, desain yang menarik juga membuat pengguna dari suatu produk elektronik menarik konsumen untuk melakukan pembelian, meningkatkan kinerja, memotong biaya, dan menyesuaikan nilai dengan pasar sasaran. Kotler dan Keller (2009) dalam (Tabelessy, 2020) jumlah elemen yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan pelanggan disebut sebagai desain

produk. Minat beli adalah tahapan yang dilalui oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk, faktor-faktor yang mempengaruhi seorang konsumen untuk memperkuat minat beli adalah merasa puas dengan barang, dan layanan yang diberikan setelah mendapatkan barang tersebut.

Hal seperti ini berlaku dalam persaingan dunia elektronik terutama lampu hemat energi (LHE), karena masyarakat membutuhkan lampu hemat energi (LHE) yang tahan lama, hemat energi. Lampu hemat energi merupakan kategori salah satu produk yang ramah lingkungan. Ada berbagai macam merek lampu hemat energi yang beredar di pasaran Indonesia baik merek lokal, maupun merek internasional. Diantara merek lampu hemat energi yang menonjol di Indonesia adalah lampu Philips, lampu Panasonic, lampu Hori, lampu Dina Armatur dan lampu Sinyoku. Pada lampu jalan hemat energi (LHE) terdapat beberapa komponen yaitu driver, remote terminal unit (RTU), dan chip, dari ketiga komponen ini driver memiliki peran penting dan komponen yang paling sering mengalami kerusakan yang dikarenakan tersambar petir.

Lampu LHE juga memiliki banyak fungsi yaitu salah satunya lampu LHE untuk penerangan jalan umum (PJU) yang digunakan untuk penerangan jalan pada saat malam hari untuk mempermudah pengendara bermotor maupun pejalan kaki melihat lebih jelas, sehingga dapat meningkatkan keselamatan lalu lintas dan keamanan. Lampu penerangan jalan umum dulu menggunakan lampu HPS (high pressure sodium), sekarang telah beralih menjadi lampu LHE. Berdasarkan data di lapangan penggunaan lampu HPS (high pressure sodium) turun 50%, lampu yang tadinya

digunakan 70 watt, sekarang menjadi 40 watt, secara keseluruhan biaya listrik yang ditanggung oleh konsumen menjadi jauh lebih murah dan lebih hemat energy. Faktor utama yang melatarbelakangi kenapa LHE berkembang signifikan di Indonesia, konsumen mendapatkan maintenance yang berkelanjutan terhadap produk lampu yang mereka gunakan, dan yang paling membuat orang senang menggunakan lampu ini adalah tidak menurunkan nilai estetikanya, karena dapat dengan mudah memvariasikan berbagai macam model sehingga jika dilihat dari visibilitasnya tidak membuat bentuk dari lampu tersebut monoton dan yang paling penting adalah mendapatkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen terkait dengan garansi pada setiap pembelian produk elektronik.

Hori merupakan salah satu merek lampu ternama di Indonesia dan merupakan produk yang berasal dari dalam negeri. Lampu Hori diproduksi oleh PT. Honoris Industry yang merupakan pabrik yang lengkap mulai dari bahan baku sampai kepada hasil jadi lampu hemat energy tersebut. Produk lampu Hori street light ini memiliki keunggulan yaitu memiliki smart system yang dapat melihat lampu tersebut apakah mengalami kerusakan dari driver, bohlam, maupun dari jaringannya, dapat melihat dimana saja posisi lampu tersebut dipasang, dapat menghidupkan dan mematikan lampu melalui smart system yang dapat diakses dengan komputer. Untuk saat ini produk lampu Hori street light ini dijual melalui e-katalog, e-katalog adalah sistem informasi elektronik yang didalamnya terdapat daftar, jenis, spesifikasi teknis, dan harga barang atau jasa pemerintah. Khusus untuk DKI Jakarta pembeliannya melalui Dinas

Bina Marga dan untuk selanjutnya akan di distribusikan ke berbagai suku dinas.

Menurut Kotler (2008) dalam (Dewi, 2016), Layanan purna jual penjual ditawarkan setelah penjualan dan pembelian produk dan layanan, serta setelah pengiriman barang dan layanan. Menurut Wibisono (2006) dalam (Dewi, 2016), Selain keunggulan harga atau biaya, kualitas, pengiriman, fleksibilitas, dan desain produk atau jasa, Layanan purna jual merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan, dan harus diperhitungkan saat mengembangkan strategi bisnis untuk memenangkan persaingan..Pelayanan purna jual dapat diartikan sebagai elemen kunci dalam membangun keputusan pembelian. Dengan ekspansi telekomunikasi yang cepat dan persaingan yang ketat, semakin banyak produsen yang berfokus pada pemenuhan keinginan dan keinginan konsumen yang diarahkan untuk kebahagiaan pelanggan, seperti memperluas cakupan layanan dan meningkatkan kualitas layanan. Pelayanan purna jual PT. Fokus Dayautama meliputi membantu mencari titik pemasangan lampu, garansi lampu selama lima tahun, selama lima tahun melakukan pemantauan secara smart system, dan mengukur intensitas cahaya secara berkala menggunakan alat lux meter.

Penetapan harga adalah salah satu masalah yang dihadapi organisasi saat menentukan tarif untuk pertama kalinya, selain dukungan purna jual. Ini terjadi ketika sebuah perusahaan menciptakan atau memperoleh produk baru, atau ketika memperluas distribusi produk yang sudah ada. Saat menentukan kebijakan penetapan harga, bisnis harus mempertimbangkan sejumlah masalah. Memilih harga target, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, meninjau

penawaran dan harga pesaing, memutuskan strategi penetapan harga, dan memutuskan harga akhir adalah enam komponen yang menentukan kebijakan penetapan harga.

Penjualan lampu Hori pada PT. Fokus Dayautama pada tahun 2017 terjual lampu Hori street light 40 watt sebanyak 9.481 unit dengan harga 5.791.500, sedangkan untuk lampu Hori Street 90 watt sebanyak 2.290 unit dengan harga 6.479.000 per-unit. Pada tahun 2018 lampu yang terjual sebanyak 17.027 unit dengan harga 5.791.500, sedangkan untuk lampu Hori Street 90 watt sebanyak 2.649 unit dengan harga 6.479.000 per-unit. Pada tahun 2019 tidak terdapat penjualan dikarenakan e-katalog lampu Hori mengalami masa tenggang, sedangkan pada tahun 2020 tidak terdapat penjualan dikarenakan tutup sementara karena terjadi pandemic Covid-19. Pada tahun 2021 perusahaan mulai aktif kembali dengan mengikuti protokol kesehatan dan anjuran pemerintah, lampu Hori street 40 watt yang terjual di tahun ini sebanyak 2.309 unit dan harga pada tahun ini telah terjadi penurunan harga dengan harga 4.843.920 per-unit, sedangkan penjualan lampu Hori street 90 watt terjual sebanyak 442 unit dengan harga 6.359.360 per-unit.

Untuk menciptakan keputusan pembelian, dibutuhkan juga kualitas dari produk itu sendiri. Kemampuan dan daya tahan suatu benda disebut kualitas. Konsumen yang telah mengambil keputusan untuk membeli sesuatu tidak ingin merasa tidak puas dengan pembeliannya karena kualitasnya yang buruk. Salah satu taktik penentuan posisi utama yang digunakan oleh pemasar adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah fitur produk atau layanan yang ditentukan oleh kemampuannya untuk memenuhi persyaratan konsumen yang

dinyatakan atau diterapkan. Konsumen merasa puas bila barang atau jasa yang diterimanya sesuai dengan harapannya.

Data kerusakan lampu pada tahun 2017 sebanyak 41 unit dengan persentase 0,43%. Pada tahun 2018 terdapat 116 unit lampu yang rusak dengan persentase kerusakan 0,37%. Pada tahun 2019 terdapat lampu yang rusak sebanyak 39 unit dengan persentase 0,12%. Pada tahun 2020 terdapat 106 unit lampu yang mengalami kerusakan dengan persentase 0,34%. Sedangkan pada tahun 2021 lampu yang mengalami kerusakan sebanyak 152 unit dengan persentase 0,48%. Lampu yang mengalami kerusakan ini disebabkan karena terdapat kerusakan pada komponen lampu tersebut. Komponen yang sering mengalami kerusakan yaitu driver, fungsi dari driver ini adalah mengkonversi sumber listrik dari AC ke tegangan DC, kerusakan ini biasanya terjadi dikarenakan lampu yang tersambar petir. Dari persentase tabel diatas dinyatakan lampu Hori memiliki kualitas yang bagus dikarenakan persentase kerusakannya dibawah 2%.

Dari uraian data uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN PURNA JUAL LAMPU MERK HORI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. FOKUS DAYAUTAMA DI JAKARTA TIMUR”.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Keputusan Pembelian

Lampu Merk Hori pada PT. Fokus Dayautama yang dipengaruhi oleh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Purna Jual. Menurut Sugiyono (2017:80) mendefinisikan Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Jadi, populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen tertentu di mana kita dapat menarik beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lampu Merk Hori di Jakarta.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non probability sampling, non probability sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling. Teknik tersebut digunakan untuk mencari kriteria yang sesuai dan dapat dipastikan semua sampel memenuhi kriteria tersebut agar penelitian lebih valid. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah para pekerja yang menangani pemasangan lampu jalan oleh Dinas Bina Marga dan Suku Dinas. Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 96 orang pekerja yang menangani pemasangan lampu jalan oleh Dinas Bina Marga dan Suku Dinas. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus (Anderson, 2017) melalui pengambilan sampel sebanyak 96 orang dari suatu populasi. Dalam rumus yang sudah dijelaskan oleh (Anderson, 2017), maka peneliti

mengambil sampel sebanyak 96 responden untuk mewakili populasi. Adapun pengambilan sampel yang dilakukan pada responden yang menangani pemasangan lampu jalan oleh Dinas Bina Marga dan Suku Dinas.

Analisis Regresi Berganda
Analisis Regresi Berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji statistik t pada dasarnya adalah untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Signifikan pengaruh dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel yang diperoleh berdasarkan tingkat signifikan 5% atau 0,05. Dasar pengambilan keputusan :

- 1) $t_{hitung} > sig$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_a .
- 2) $t_{hitung} < sig$ berarti H_0 diterima dan menolak H_a .

Uji t juga dapat dilihat pada signifikannya, yaitu:

- a. Jika tingkat signifikan $< \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika tingkat signifikan $> \alpha$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat. Pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan nilai signifikan dan t hitung yang diperoleh. Untuk mengetahui apakah secara Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan maka dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengujian Hipotesis Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.23 diatas menunjukkan bahwa nilai thitung pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 2,550 dengan nilai signifikan sebesar 0,012 maka harus dicari nilai ttabel ($\alpha = 0,05$) adalah 1,984, karena nilai thitung ($2,550 > 1,984$) dengan tingkat signifikan ($0,012 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b) Pengujian Hipotesis Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai thitung pada variabel Harga (X2) sebesar 5,028 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka harus dicari nilai ttabel ($\alpha = 0,05$) adalah 1,984, karena nilai thitung ($5,028 > 1,984$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c) Pengujian Hipotesis Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai thitung pada variabel Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori (X3) sebesar 4.686 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka harus dicari nilai ttabel ($\alpha = 0,05$) adalah 1,984, karena nilai thitung ($4.686 > 1,984$) dengan tingkat

signifikan ($0,000 < 0,05$) , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Kualitas Produk yang terdiri dari Kinerja (Performance), Keistimewaan (Features), Keandalan (Reliability), Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specifications), Daya tahan (Durability) dan Estetika (Asthethic) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lampu merek Hori pada PT Fokus Dayautama Di Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji t variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan thitung sebesar 2,550 koefisien regresi sebesar 0,215 dan nilai signifikan sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,05. Pengaruh positif ini berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Lampu Merek Hori pada PT.Fokus Dayautama di Jakarta Timur. Adapun Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukkan melalui mean terbesar yang terdapat dari pada indikator Kinerja skor sebesar 4,19.

Hasil penelitian yang dilakukan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Tjahjaningsih, 2009) Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (Kurniawati dkk. 2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk diketahui memiliki pengaruh signifikan terhadap

Keputusan Pembelian. Senada dengan hasil tersebut, (Shaharudin, et al. 2010) kualitas produk berdasarkan kualitas yang dirasakan masih ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Harga yang terdiri dari Kesesuaian Harga, Daya Saing Harga dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lampu Merek Hori pada PT. Fokus Dayautama di Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji t variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan thitung sebesar 5,028 koefisien regresi sebesar 0,435 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Pengaruh positif ini berarti bahwa semakin tinggi Harga yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Lampu pada Lampu Merek Hori pada PT. Fokus Dayautama di Jakarta Timur. Adapun Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukkan melalui mean terbesar yang terdapat pada indikator Kesesuaian Harga dengan skor sebesar 4,45.

Hasil penelitian yang dilakukan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hasil penelitian yang dilakukan ini sejalan dengan penelitian terdahulu loyalitas konsumen dipengaruhi langsung oleh pelayanan pelanggan dan citra merek. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bastian, (2014) juga menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat citra suatu merek, maka

semakin tinggi tingkat Keputusan Pembelian terhadap merek tersebut.

Pengaruh Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori terdiri Garansi, Penyediaan Aksesoris, Pelayanan , Pemeliharaan Dan Perbaikan, Fasilitas dan Perbaikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lampu Merk Hori pada PT. Fokus Dayautama di Jakarta Timur Jakarta. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji t variabel Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori terhadap Keputusan Pembelian menunjukan thitung sebesar 4,686 koefisien regresi sebesar 0,325 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Pengaruh positif ini berarti bahwa semakin tinggi Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Lampu Merk Hori pada PT. Fokus Dayautama di Jakarta Timur. Adapun Pelayanan Purna Jual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukan melalui mean terbesar yang terdapat pada indikator Garansi dengan skor sebesar 4,31.

Hasil penelitian yang dilakukan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Bastian, (2014) menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan (trust) pelanggan terhadap suatu merek, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian PT. Dayautama Di Jakarta Timur maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen PT. Fokus Daya utama di Jakarta Timur, Hal ini mempunyai arti jika Kualitas Produk meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Koonsumen PT. Fokus Daya utama di Jakarta Timur., Hal ini mempunyai arti jika Harga meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen PT. Fokus Daya utama di Jakarta Timur, Hal ini mempunyai arti jika Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk PT. Fokus Daya utama dan peneliti selanjutnya untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan

Keputusan Pembelian, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Menurut hasil penelitian pada Kualitas Produk dengan indikator Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specifications) perlu untuk ditinjau kembali dengan cara meningkatkan desain – desain dan sesuai dengan sertifikasi produk agar lebih bervariasi dan berbeda dari Lampu lainnya. Sedangkan untuk Kinerja (Performance) perlu dipertahankan pada kinerja kenyamanan serta ditingkatkan dengan produk baru agar dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Lampu Merek Hori pada PT. Fokus Daya utama di Jakarta Timur.
- b. Menurut hasil penelitian pada Harga dengan indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat memperoleh hasil mean terendah berdasarkan jawaban responden dari hasil kuesioner. Hal ini perlu ditinjau kembali oleh perusahaan agar dapat memberikan kesan pengalaman yang lebih baik lagi bagi konsumen dalam menggunakan Lampu Hori. Sedangkan pada indikator Kesesuaian Harga sebagai indikator variabel Harga perlu dipertahankan dan ditingkatkan kembali kualitas produk perusahaannya dengan tujuan tak lain agar konsumen bisa melakukan pembelian ulang, sehingga akan mempengaruhi segala hal mengenai apa yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.
- c. Menurut hasil penelitian pada Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori dengan indikator Fasilitas Dan Perbaikan perlu

ditingkatkan kembali dengan cara perusahaan harus meningkatkan Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli konsumen. Sedangkan pada indikator Garansi perlu dipertahankan dan ditingkatkan kembali agar konsumen tetap yakin dalam menggunakan Lampu Merk Hori karena mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi konsumen PT. Fokus Daya utama Jakarta Timur.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya Untuk penelitian selanjutnya diharapkan pada variable lainnya untuk dapat mengetahui faktor – faktor dan menambah atau menggunakan variabel dalam rangka khazanah ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin. (2019). Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 1–8.
- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
<https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek

- Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anderson, David R. (2017). *Statistics for Business and Economics*. South-Western Cengage Learning.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Dewi, M. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 449–458.
- Ernawati, D. (2019). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 17–32.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.). Badan Peberbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.). Badan Peberbit Universitas Diponogoro.
- Kencana. Shahrudin, R.M., Anita, A.H., Mansor, S.W., Elias, H.H., and Nurazila, A. A. (2010). The Relationship between Extrinsic Attributes of Product Quality with Brand Loyalty on Malaysia National Brand Motorcycle/Scooter. *Canadian Social Science*, 6 (3), 165-175.
- Kotler & Armstrong. (2017). *Principles of Marketing*. Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawati, Dewi, S. dan A. K. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14 (2), 1-9.
- Labandungi Latoki, A. A. dan. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Layanan Purna Jual, Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Motor Metic Pada Pt Giovani Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 8(2), 17–24.
<https://doi.org/10.31970/trend.v8i2.194>
- Philip Kotler. (2006). *Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. In *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketu). Erlangga.
- Pradesta, R., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 3(3), 10.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.

- <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF Pengukuran Kinerja Entitas Syariah Dengan Balance Scorecard Dan Masalah Scorecard>
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunci - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.107>
- Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya.
- Schiffman dan Kanuk. (2012). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. BPFE.
- Tabelessy, W. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ VOLUME 8*.
- Tarmizi, A. (2016). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Jaya Indah Motor Cabang Jambi. 16(3), 115–121.
- Tjahjaningsih, E. dan M. Y. (2009). Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek HP NOKIA. *TEMA*, 6, 104-118.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Tunjungsari, R. H., & Iriani, S. S. (2016). Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 212. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150202.id>
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.