

The Influence Of Product Quality, Advertising Appeal, And Service Quality On Purchasing Decisions For Digital Printing Products At UPRINT.ID

Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Percetakan (Digital Printing) Di UPRINT.ID

Niken Kusumawardani¹, Suadi Sapta Putra², Kumba Digdowiseiso^{3*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta^{1,2,3}

nikenkusumawardani@gmail.com¹, suadi.putra@civitas.unas.ac.id², kumba.digdo@civitas.unas.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study is intended to study the effect of product quality, advertising attractiveness and service quality on purchasing decisions on printing/digital printing products and examine components that have a stronger impact on consumer buyer decisions for printing/digital printing at Uprint.id. The technique used in data analysis is inferential analysis and primary data. The method used is a quantitative method with 100 respondents assisted by using the SPSS version 23 program to obtain results from product purchase decisions by consumers for printing/digital printing products at Uprint.id. The results of the study reveal that product quality, advertising attractiveness and service quality have a positive and significant impact on purchasing decisions. This can be shown in the coefficients table in the regression equation $Y = 0.200 X_1 + 0.256 X_2 + 0.308 X_3$. The conclusion of the partial t-test obtained a significant value on the product quality variable obtained 0.034, the advertising attractiveness variable obtained 0.005 and the service quality variable obtained 0.001. it can be drawn as a whole that the independent variable has a significant influence on the dependent variable.

Keywords: Product Quality, Advertising Attractiveness, Service Quality.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mempelajari pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk percetakan/printing digital dan menguji komponen yang lebih kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembeli konsumen percetakan/printing digital di Uprint.id. Teknik yang digunakan dalam analisis data adalah analisis inferensial dan data primer. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan 100 responden yang dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 23 untuk mendapatkan hasil dari keputusan pembelian produk oleh konsumen terhadap produk percetakan/printing digital di Uprint.id. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk, daya tarik iklan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat ditunjukkan pada tabel coefficients pada persamaan regresi $Y = 0.200 X_1 + 0.256 X_2 + 0.308 X_3$. Kesimpulan dari uji t secara parsial diperoleh nilai signifikan pada variabel kualitas produk diperoleh 0,034, variabel daya tarik iklan diperoleh 0,005 dan variabel kualitas pelayanan diperoleh 0,001. dapat ditarik kesimpulan secara keseluruhan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Kualitas Pelayanan.

1. Pendahuluan

Beberapa perusahaan didirikan melalui rencana aksi dimana pelanggan diletakkan di atas, dan promosi menjadi strategi perusahaan sama seperti keunggulan kompetitif perusahaan (Supriyanto et.al., 2021). Dengan datangnya inovasi teknologi digital seperti internet, pelanggan menjadi lebih cerdas saat ini diharapkan perusahaan lebih melakukan banyak strategi daripada hanya menjangkau pelanggan, lebih dari hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, jauh lebih dari dari kesenangan pelanggan (Yulia, Lamsah, and Periyadi 2019:73). Dengan pertumbuhan era yang terus bertambah, bisnis modern turut bermunculan. Salah satunya bisnis percetakan yang mempunyai prospek masa depan yang terang. Percetakan adalah proses di mana mesin digunakan untuk menindahkan teks atau gambar ke kertas atau objek lain. Percetakan sering memproduksi buku, majalah, hardbox, id card, brosur dan kalender.

Percetakan juga dapat menjadi sarana pembelajaran, juga sebagai sarana bertukar dan melengkapi informasi. Pertumbuhan sistem serta teknologi di masa globalisasi hadapi

kemajuan yang sangat pesat baik dalam skala besar, menengah ataupun kecil. Oleh sebab itu, banyak industri percetakan yang mulai memakai sistem serta teknologi data selaku perlengkapan untuk buat menunjang aktivitas bisnis mereka, buat menggapai kesuksesan bisnis, serta pula selaku modal buat bersaing dengan pesaing yang ada. Uprint.id sebuah perusahaan startup online yang menjalankan bisnisnya di industri percetakan, bergabung dengan perusahaan startup lainnya untuk mendukung pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. Sebagai perusahaan percetakan berbasis online yang didukung dengan teknologi canggih dan tenaga profesional yang mengerti segala hal tentang percetakan, maka Uprint.id dapat memberikan solusi percetakan dan membantu orang-orang yang mendukung industri kreatif, termasuk usaha kecil dan menengah.

Uprint.id bukanlah pemain baru di industri percetakan. Uprint.id sebelumnya adalah Pusatpercetakan.com, 1 sebuah perusahaan yang telah menjalankan bisnisnya selama kurang lebih lima tahun. Pasti dalam perihal ini bisa bertahan di tengah maraknya persaingan dalam berbisnis percetakan wajib menghasilkan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Sebagian aspek yang mempengaruhi terhadap keputusan pembeli konsumen merupakan Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Kualitas Pelayanan. Menurut (Seliyana 2019:21) bahwa pada dasarnya kualitas produk sangat berhubungan erat dengan kemampuan sebuah produk untuk dapat menjalankan sebagai mana fungsinya, termasuk produk keseluruhan, keandalan produk, ketepatan produk, kemudahan pengoprasian dan perbaikan, serta atribut yang bernilai lain sebagainya. Dengan demikian, produk yang berkualitas adalah seperangkat karakteristik dan karakteristik produk dan layanan yang dapat memuaskan kebutuhan mereka, dan merupakan pemahaman gabungan dari keandalan, akurasi, kenyamanan, layanan, dan sifat lain dari sebuah produk.

Selain itu apa yang paling sangat mendorong pilihan mengenai pembelian konsumen adalah sifat layanan, upaya memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, dan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Perlu di ketahui bahwa suatu pelayanan yang sangat baik dapat menentukan kepada kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan seperti bentuk fisik atau tangible, keandalan/reliability, daya tanggap/responsiveness, jaminan/assurance dan empathy (Seliyana 2019:23) keputusan pada suatu pembelian adalah setelah adanya interaksi penilaian, seorang individu akan mengetahui keputusan mengenai barang mana yang akan dibeli dalam pandangan merek atau minat. Seorang konsumen akan melakukan peninjauan melalui pilihan lain sebelum melakukan pemutusan pembelian pada suatu produk (Supriyanto et.all., 2022). Sehingga peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berdasarkan adanya latar belakang masalah untuk mengetahui adanya pengaruh mengenai kualitas produk, daya tarik sebuah iklan dan kualitas pelayanan pada suatu keputusan pembelian konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

Aktivitas pemasaran bagi perusahaan mempunyai peran yang sangat penting untuk Menurut (Kotler and Amstrong 2008)“ Marketing is about identifying and meeting human and social needs”. Pemasaran sebagai identifikasi serta pemuasan pada keperluan hidup bagi individu dan makhluk sosial. Pemasaran dapat dikatakan sebagai desain dan proses menciptakan, mengomunikasikan, mengomunikasikan, dan mempertukarkan proposisi nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya. Perlu diperhatikan ketika terdapat dasarnya proses pemasaran tidak hanya sekedar menjual layanan dan produk, namun terdapat tindakan yang diperlukan memenuhi kebutuhan dan kebutuhan dengan mempengaruhi pembeli untuk membeli layanan dan produk (Supriyanto et.all., 2023). Pada suatu perusahaan dengan cara sukarela melalui penciptaan,penyediaan, dan adanya pertukan produk yang ada nilainya. Dari definisi di atas, pada penelitian ini penulis menyimpulkan pengertian pemasaran adalah siklus sosial dengan lingkup yang lebih luas dan layanan (pengaturan dan pelaksanaan) pada konsep,

evaluasi dan kemajuan dan penyampaian pemikiran dan produk yang dapat memenuhi persyaratan dan kebutuhan banyak bagian yang disertakan. Tindakan orang dan kelompok untuk mencapai tujuan akhir yang menguntungkan bisnis.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Atas dasarnya seseorang membeli atau memesan barang dan jasa akan memenuhi kebutuhan atau keinginan. Seseorang membeli suatu barang dengan sungguh-sungguh, namun selain mendapatkan keuntungan dari produk dan jasa yang diperolehnya, untuk situasi ini, perusahaan harus selalu kreatif, dinamis, dan terbuka (Annafik 2012:38). Pemasar yang melakukan tugasnya dengan tidak fokus pada kualitas produk yang ditawarkan akan mengalami ketidaksetiaan pembeli, sehingga penawaran barang akan lebih sering berkurang. Jika suatu barang diproduksi sesuai dengan komponen nilai, itu bahkan diperkuat dengan kualitas produk, daya tarik iklan dan kualitas pelayanan yang ditawarkan, ini mempengaruhi pilihan pembeli pelanggan. Suatu barang memiliki kualitas yang bernilai bukan dari pembuatnya melainkan dari pembelinya. Dengan tujuan agar pilihan untuk memutuskan apakah barang yang dibeli dan dikonsumsi sesuai dengan asumsi pertama hanyalah pembeli (Tyas and Supriyanto, 2022).

Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Annafik 2012:47) sebuah iklan harus dirancang untuk menawarkan imajinasi, sehingga menurut pembeli tampak unik atau luar biasa dari promosi yang berbeda. Dalam menyampaikan pesan harus jelas dan terkoordinasi, untuk membuat daya tarik yang luar biasa untuk barang yang dipromosikan. Iklan yang menarik dan inovatif tidak diragukan lagi akan menarik pembeli untuk membeli barang tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Perusahaan menggunakan layanan untuk memulai pertukaran dengan tujuan agar pelanggan siap membeli merek tertentu, dan mendorong permintaan untuk menjualnya secara agresif (Sinaga 2018:23). Selain itu, pelayanan dapat meningkatkan minat untuk suatu barang. Dengan bantuan ini, pelanggan dapat diandalkan untuk mencoba produk lebih sering dan melakukan pembelian berulang, yang dapat meningkatkan hasil transaksi. Pelayanan adalah bagian utama dari mempromosikan dan secara teratur disinggung sebagai interaksi yang berkelanjutan. Dengan bantuan ini, orang-orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu barang tertarik dan mencoba barang tersebut agar pembeli dapat melakukan pembelian. Dengan demikian, pelayanan adalah suatu gerakan bisnis yang dilakukan untuk memperkenalkan barang kepada pembeli dengan tujuan agar pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian dalam latihan ini..

Hipotesis adalah penjelasan atau tebakan mungkin akan valid saat ini. dalam penelitian ini terjadi dengan spekulasi:

H1 = Kualitas Produk berdampak positif dan kritis pada Keputusan Pembelian untuk percetakan (digital printing) di Uprint.id

H2 = Daya Tarik Iklan berdampak positif dan kritis pada Keputusan Pembelian pada percetakan (digital printing) di Uprint.id

H3 = Kualitas pelayanan berdampak positif dan kritis pada Keputusan Pembelian percetakan terhadap terhadap Keputusan Pembelian pada percetakan (digital printing) di Uprint.id.

3. Metode Penelitian

Dalam tugas akhir, objek penelitian yaitu keputusan pembeli produk Percetakan (Digital Printing) pada para pelanggan di Uprint.id Jakarta Barat, yang dapat mempengaruhi kualitas produk, daya tarik iklan dan kualitas pelayanan. Kajian ini dilakukan di lingkungan

Uprint.id, Jakarta Barat. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2021. Lokasi Penelitian Tempat pada kajian ini nantinya akan dilakukan di Uprint.id, yang terletak di jalan wadaya raya kavling 39, kel. Wijaya kusuma kec. Grogol petamburan kota Jakarta Barat. Seperti yang dikemukakan oleh (Sugiyono 2017:80) mengartikan populasi didefinisikan kawasan spekulasi yang timbul pada artikel dan subjek memiliki ciri khusus yang tidak sepenuhnya diselesaikan lalu ditarik secara keseluruhan. Dilihat dari pengertian masyarakat di atas, maka dapat dimaklumi bahwa penduduk adalah keseluruhan materi dan mata pelajaran yang memiliki kesamaan akan mengamati dan dijadikan pertimbangan. Populasi dalam kajian ini adalah konsumen yang telah melakukan serta melewati proses pembelian.

Populasi pada kajian tugas akhir ini berfokus dengan pembeli atau konsumen pada produk percetakan di Uprint.id, baik laki-laki maupun perempuan, sedangkan pertimbangan yang digunakan dalam peneliti ini adalah masyarakat yang dapat memperoleh pertanyaan dan menyelesaikan pertanyaan pada koesioner dengan baik, dan telah menggunakan produk Uprint.id. Sampel Seperti yang ditunjukkan oleh (Sugiyono 2017:81) pada sampel merupakan unsur penting untuk karakteristik serta jumlah digerakkan pada populasi. Jadi sampel sangat penting bagi populasi yang dijadikan objek kajian. (Noor 2013:148) mencirikan peneliti sebagai metode yang terlibat dengan memilih jumlah komponen yang memadai oleh populasi, maka dari itu kajian pada sampel dan penafsiran akan sifat maupun karakteristik pada memberdayakan peneliti untuk meringkas sifat atau karakteristik ini ke komponen populasi. Mengingat hipotesis dan jumlah populasi yang akan dikonsentrasikan berada pada kajian ini, metode ini menggunakan pemungutan sampel kajian ini adalah Pemeriksaan Non probability sampling menggunakan purposive sampling (sampel pertimbangan) adalah suatu strategi sampling yang dilakukan oleh para ahli yang memiliki pertimbangan khusus dalam mengambil sampel atau penetapan sampel berdasarkan tujuan akhir tertentu (Sugiyono 2017:84). Pada kajian ini, yang dianggap cocok sebagai responden adalah masyarakat yang membeli. Ukuran sampel yang telah ditentukan adalah 100 individu atau orang.

Metode analisis data merupakan suatu metode yang diterapkan bagi peneliti akan memutuskan seberapa besar dampak satu variabel terhadap faktor yang berbeda. Motivasi di balik proses pemeriksaan informasi adalah untuk menguraikan informasi yang dikumpulkan dan membuat keputusan darinya. Agar informasi yang terkumpul dapat dimanfaatkan untuk penelitian, informasi yang diperoleh terlebih dahulu harus ditangani dan dipecah-pecah sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai alasan pengarah mandiri. Pengujian Hipotesis pada sebenarnya mengungkapkan sebesar apa dampak variabel independen yang akan mempengaruhi sebagai individual ketika mewujudkan variasi variabel dependen (Ghozali 2011). Untuk mengkaji apakah tiap-tiap variabel bebas berdampak dengan signifikan tentang variabel terikat sebagai parsial menggunakan $\alpha = 0,05$ dan juga pengakuan atau penentangan hipotesis.

4. Hasil Dan Pembahasan

Uji hipotesis (uji t) memiliki fungsi untuk mendapati apakah terdapat dampak pada variabel independen tentang variabel dependen. Untuk pengujian dampak Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Kualitas Pelayanan tentang Keputusan Pembelian menggunakan tingkat signifikan sebesar 0.05. Nilai t Tabel diketahui melalui dalam rumus berbentuk $df = n-k-1$ adalah ($df = 100 - 3 - 1 = 96$) diperoleh t Tabel sebesar 1.985, hasil t Hitung berada pada signifikansi < 0.05 sehingga H_0 ditolak yang artinya hipotesis diajukan dapat diterima. Uji hipotesis ini dilakukan dengan cara mencari uji t dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Terdapat hasil dari perolehan uji t yaitu:

Bersumber hasil dari hasil pengujian, sehingga bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengkajian hipotesis variabel Kualitas Produk mengenai Keputusan Pembelian untuk memperoleh nilai t hitung sebesar $4.004 > t$ tabel 1.985 dengan tingkat signifikan sebesar

- 0.034 < 0.05. Maka ini artinya dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk percetakan/digital printing di Uprint.id.
2. b) Pengkajian hipotesis variabel Daya Tarik Iklan mengenai Keputusan Pembelian yang memperoleh nilai t hitung sebesar 2.872 > t tabel 1.985 dengan tingkat signifikan sebesar 0.005 < 0.05. Maka ini artinya dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Iklan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Percetakan/digital printing di Uprint.id.
 3. Pengkajian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan mengenai Keputusan Pembelian memperoleh nilai t hitung 3.373 > t tabel 1.985 dengan susunan signifikan sebesar 0.001 < 0.05. Sehingga ini artinya bisa ditarik secara keseluruhan maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif atau absolut serta signifikan mengenai Keputusan Pembelian pada produk percetakan/digital printing di Uprint.id.

Dampak Kualitas Produk Mengenai Pembelian Produk Percetakan/Digital Printing Di Uprint.id

Bersumber pada ketentuan analisis dalam pengkajian ini diperoleh maka disebutkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan mengenai keputusan pembelian. Analisis makin diperkuat dengan hasil yang didapat diketahui melalui beberapa pengujian yang dilakukan serta hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yaitu nilai t hitung 4.004 > t tabel 1.985 dan diperoleh nilai signifikan lebih rendah dari α yaitu (0.034 < 0.05). Dari kriteria tersebut dapat ditarik secara keseluruhan sehingga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk percetakan/digital printing di Uprint.id, berarti kualitas produk mempunyai dampak positif. Hasil penelitian pada kuesioner yang diajukan oleh peneliti mendapat hasil total rata-rata 4.07. Yang artinya sebagian besar responden menyatakan setuju. Hasil penelitian ini juga menguatkan dari hasil penelitian (Setyorini 2019) maka sebuah kualitas produk secara positif mempengaruhi terhadap suatu keputusan pembelian produk digital printing pada CV. KD Tukang Desain Pangkalan.

Dari hasil analisis yang dilakukan dalam pengkajian ini, dapat dinyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang diberikan oleh produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas tinggi cenderung memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, menciptakan kepuasan yang tinggi. Pelanggan cenderung mempercayai dan memilih produk dengan kualitas yang terjamin karena hal ini dianggap sebagai indikator keandalan dan performa yang baik. Kualitas produk yang baik juga dapat menciptakan kepercayaan jangka panjang di antara pelanggan, membangun citra positif untuk merek. Selain itu, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh rekomendasi dari konsumen lain yang telah merasakan manfaat positif dari kualitas produk tersebut. Oleh karena itu, penting bagi UPRINT.ID untuk terus meningkatkan dan mempertahankan standar kualitas produk mereka. Ini dapat mencakup inovasi dalam desain, teknologi produksi, dan pemenuhan janji nilai yang diunggulkan dalam pemasaran. Dengan demikian, fokus yang berkelanjutan pada peningkatan kualitas produk dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi merek, dan secara keseluruhan mempengaruhi positif keputusan pembelian konsumen di pasar percetakan dan digital printing.

Dampak Daya Tarik Iklan Mengenai Keputusan Pembelian Produk Percetakan/Digital Printing Di Uprint.id

Bersumber pada ketentuan analisis dengan kajian ini diperoleh maka daya tarik iklan berdampak positif dan signifikan mengenai keputusan pembelian produk percetakan/digital printing di Uprint.id. Analisis tersebut diperkuat dengan hasil yang didapat diketahui melalui beberapa pengujian yang dilakukan serta hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu nilai t_{hitung} 2.856 $>$ t_{tabel} 1.985 serta diperoleh hasil signifikan lebih rendah dari α yaitu ($0.005 < 0.05$). Dari kriteria tersebut dapat ditarik secara keseluruhan maka daya tarik iklan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap produk percetakan/digital printing di Uprint.id. Hasil penelitian pada kuesioner yang diajukan oleh peneliti mendapat hasil rata-rata total mean 4.216. Yang artinya sebagian besar responden menyatakan setuju. Hasil penelitian ini juga menguatkan dari hasil penelitian oleh (Eka Nurcahyo 2017) bahwa iklan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di percetakan Bemie Digital Printing Ponogoro.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa daya tarik iklan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk percetakan atau digital printing di UPRINT.ID. Ketika iklan berhasil menciptakan daya tarik yang kuat, konsumen cenderung menjadi lebih tertarik dan terpengaruh untuk memilih produk dari UPRINT.ID. Daya tarik iklan dapat mencakup berbagai elemen, mulai dari visual yang menarik, pesan yang persuasif, hingga keunikan penawaran produk. Iklan yang efektif tidak hanya mampu menarik perhatian pelanggan potensial, tetapi juga mampu membentuk persepsi positif terkait dengan merek dan produk yang ditawarkan. Konsumen dapat membentuk preferensi berdasarkan informasi yang diberikan dalam iklan, seperti keunggulan produk, kualitas, atau keunikan fitur tertentu. Oleh karena itu, daya tarik iklan bukan hanya sekadar menarik minat, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi pelanggan dan, akhirnya, keputusan pembelian. Dengan memahami pentingnya daya tarik iklan, UPRINT.ID dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan efektivitas iklan dalam mencapai tujuan pembelian pelanggan. Ini dapat melibatkan penggunaan strategi kreatif, penekanan pada keunggulan produk, dan pemahaman yang mendalam tentang preferensi target pasar. Dengan demikian, peningkatan daya tarik iklan dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan performa penjualan produk percetakan dan digital printing di UPRINT.ID.

Dampak Kualitas Pelayanan Mengenai Keputusan Pembelian Produk Percetakan/Digital Printing di Uprint.id

Bersumber pada ketentuan analisis dalam kajian ini diperoleh maka kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan mengenai keputusan pembelian produk percetakan/digital printing di Uprint.id. Analisis tersebut diperkuat dengan hasil yang didapat diketahui melalui beberapa pengujian yang dilakukan serta hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil perolehan pada uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu nilai t_{hitung} 3.382 $>$ t_{tabel} 1.985 dan diperoleh hasil signifikan lebih rendah dari α yaitu ($0.001 < 0.05$). Hasil penelitian pada kuesioner yang diajukan oleh peneliti mendapat hasil total rata-rata 4.2. Yang artinya sebagian besar responden menyatakan setuju. Hasil penelitian ini juga menguatkan dari hasil penelitian oleh (Rezeki M.I Al Saleh 2017) kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan mengenai kepuasan pelanggan di PT. Santosa Digital Printing Kota Medan.

Dalam konteks UPRINT.ID, kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian produk percetakan atau digital printing. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek dan produk yang ditawarkan oleh UPRINT.ID. Ketika pelanggan merasa dilayani dengan baik, mereka cenderung merasa lebih puas dan percaya diri dalam membuat keputusan pembelian. Faktor-faktor seperti responsifnya tim layanan pelanggan, kemudahan dalam berkomunikasi, dan kecepatan resolusi masalah dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik juga dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Pengalaman positif ini dapat menjadi faktor penting dalam membentuk citra positif UPRINT.ID di mata pelanggan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan pembelian. Pelanggan yang merasa didukung dan dihargai oleh penyedia layanan cenderung lebih termotivasi untuk melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan seperti UPRINT.ID perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan mereka selalu terjaga dan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga dapat memiliki dampak positif pada pertumbuhan bisnis melalui peningkatan tingkat kepuasan pelanggan dan rekomendasi.

5. Penutup

Kesimpulan

Mengingat akibat dari perolehan kajian serta penjabaran yang memiliki kaitan dengan kualitas produk, daya tarik iklan dan kualitas pelayanan mengenai keputusan pembelian pada produk percetakan/digital printing di Uprint.id:

1. Dapat disimpulkan pada hasil uji hipotesis yang dinyatakan pada dampak kualitas produk berpengaruh serta berdampak positif dan signifikan mengenai keputusan pembelian. Sehingga kualitas produk percetakan/digital printing di Uprint.id sudah tepat dan mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dapat disimpulkan pada hasil uji hipotesis yang dinyatakan pada dampak daya tarik iklan berpengaruh dan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga daya tarik iklan produk percetakan/digital printing di Uprint.id sudah tepat dan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Dapat disimpulkan pada hasil uji hipotesis yang dinyatakan pada dampak kualitas pelayanan berpengaruh serta berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan produk percetakan/digital printing di Uprint.id sudah tepat dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Mencermati perolehan pada kajian tugas akhir ini, pembahasan, dan kesimpulan yang telah digambarkan sebelumnya, penulis mencoba memberikan saran/masukan kepada Uprint.id, sebagai berikut:

1. Mengenai hasil penelitian, unsur kualitas produk perlu ditumbuhkan dengan tujuan agar unsur-unsur tersebut dapat berperan dengan baik dalam memberdayakan pilihan konsumen untuk melakukan pembelian. Sifat barang yang diberikan akan mempengaruhi pilihan pelanggan dalam memilih pencetakan/digital printing lanjutan.
2. Mengenai daya tarik iklan di Uprint.id perlu ditingkatkan agar unsur-unsur tersebut dapat mendorong dan menarik pilihan pembeli untuk melakukan pembelian. Daya tarik iklan yang diberikan akan mempengaruhi pilihan pembelian serta meningkatkan keputusan pembelian.
3. Mengenai kualitas pelayanan yang sudah baik perlu ditingkatkan dan dipertahankan yang dapat memberikan rasa nyaman kepada pembeli sehingga dapat mempengaruhi pilihan pembelian serta agar pelayanan di Uprint.id dapat yang diterapkan kepada seluruh pegawai dan memberikan dampak yang positif terhadap keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Bendixen. (1993). Advertising Effects and Effectiveness. *European Journal of Marketing* 27. Cysara
- Frans Abadi. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cang Bandar Lampung.”
- Eka Nurcahyo, Aris. (2017). Analisis Pengaruh Iklan, Display Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Di Prcetakan Bembie Digital Printing Pomorogo.” Universitas Muhammadiyah.

- Faradannisa, M. and Supriyanto, A. (2022) 'Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam', *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), pp. 76–94.
- Nafira, S. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MS Glow pada Generasi Millennial dan iGeneration', *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 2(1), pp. 21–30.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos. (1984). *Manajemen and Marketing: Managing The Moment of Truth in Service Competition*. Lexington: Lexington Books.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2008. "Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1." *Manajemen Pemasaran* 7:1835.
- Listyarso, Andi, and N. I. M. Ca. (2005). Lingkungan Persaingan Sebagai." *Quality* 1–91.
- Moenir H.A.S. (2012). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saleh, Siregar. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Di PT. Sentosa Digital Printing Kota Medan." *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman. Kanuk. 2010. *Customer Behaviour*. New jersey: Pearson Prentice Hall.
- Seliyana. (2019). Minat Beli Konsumen Ditoko Mutiara Shelly Grey Di Desa Pemenang Lombok Utara. *Universitas Muhammadiyah Mataram* 8(5):55.
- Setyorini, winarti. Jayusman Hendra. Meil. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Digital Printing Pada CV. KD Tukang Desain Pangkalan Bun." *Fakultas Ekonomi Universitas Antakusuma Pangkalan Bun*.
- Sinaga, Eko P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Ivo Mobil Tritura Medan Skripsi." *Skripsi, Universitas Sumatera Utara* 1–98.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 61 Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi. Yulia, farida, Lamsah, and Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran_Compressed.Pdf*.
- Supriyanto, A. et al. (2021) 'Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0', *Janaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), pp. 55–65.
- Supriyanto, A. (2021) 'Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Supriyanto, A., Permatasari, R.D., et al. (2022) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.
- Tyas, D.A. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge', *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), pp. 141–152.