PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TAZKIA BUKET DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Oleh

NUR HAMIDAH
NIM.22090008

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAAHAAN PROGRAM SARJANA FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2026

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TAZKIA BUKET DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Kewirausahaan (S.Bns)

Oleh

NUR HAMIDAH
NIM.22090008

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAAHAAN PROGRAM SARJANA FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2026

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TAZKIA BUKET DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

Skripsi ini telah diseminarkan dan di pertahankan dihadapan
tim penguji Progam Studi Kewirausahaan Program Sarjana
Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan,

Padangsidimpuan, Februari 2026

Pembimbing Utama

Nurlaila, S.Pd., MM.
NUPTK. 4051769670230303

Pembimbing Pendamping

Ahmad Riza Siregar,SE, MM.
NUPTK. 9455773674130273

Ketua Program Studi
Kewirausahaan Program Sarjana

Nurlaila, S.Pd., MM.
NUPTK. 4051769670230303

Dekan Fakultas Bisnis dan
Pendidikan Terapan

Indra Maulana, S.Pd.,M.Pd
NUPTK.4242769670130393

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Nur Hamidah
NIM	: 22090008
Program Studi	: Kewirausahaan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padansidimpuan" benar bebas dari plagiat, dan apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan .

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidimpuan, Februari 2026

Penulis



Nur Hamidah

IDENTITAS PENULIS

Nama : Nur Hamidah
NIM : 22090008
Tempat/Tgl Lahir : Purba Julu 06 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Purba Julu
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 169 Purba Julu : Lulus tahun 2011 /2012

2. SMP Negeri 1 Payabungan Selatan : Lulus tahun 2015 /2016

3. MA Musthafawiyah Purba Baru : Lulus tahun 2019 /2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kesehatan karena atas berkat dan rahmat-NYA saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan", sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis di Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Anto, S.K.M., M.Kes,. M.M, selaku Rektor Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan
2. Indra Maulana, S.Pd,. M.Pd Selaku Dekan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan sekaligus ketua penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran dalam menyelesaikan skripsi
3. Nurlaila, S.Pd,. MM Selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan sekaligus pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini

4. Ahmad Riza Siregar, S.E, MM selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Halman Paris Ritonga S.E,MM selaku anggota penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran dalam menyelesaikan skripsi .
6. Seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua saya, abang, kakak, dan adik saya tercinta atas doa, dukungan, serta semangat yang tak pernah berhenti. kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri dalam perjalanan ini.
8. Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan saya yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Padangsidimpuan, Februari 2026

Penulis

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN 2026

Laporan penelitian, Februari 2026
Nur Hamidah

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan

ABSTRAK

Kualitas produk bagian dari faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pada pilihan pembelian. Produk yang memiliki kualitas baik cenderung lebih diminati karena mampu memberikan kepuasan sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini dilaksanakan di Tazkia Buket yang terletak di Desa Salambue, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2025 sampai dengan Februari 2026. Jenis Penelitian kuantitatif dengan desain analitik korelasi pendekatan cross sectional. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk buket pada Tazkia Buket. Sampel penelitian berjumlah 60 responden, menggunakan teknik accidental sampling. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai rata-rata 36,95 dan keputusan pembelian sebesar 24,78 yang termasuk dalam kategori baik dan tinggi. Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,982 dengan R Square 0,964, yang berarti 96,4% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, sedangkan 3,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, kualitas produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian dan daya saing usaha Tazkia Buket.

Kata kunci**:** Buket, Keputusan Pembelian, Konsumen, Kualitas Produk.
.

ENTREPRENEURSHIP PROGRAM OF BUSINESS AND APPLIED EDUCATION FACULTY AT AUFA ROYHAN UNIVERSITY IN PADANGSIDIMPUAN

Research Report, April 2026
Nur Hamidah

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT TAZKIA BUKET IN PADANGSIDIMPUAN

ABSTRACT

Product quality is an important factor that influences consumer behavior in determining purchasing decisions. Products with good quality tend to be more in demand because they are able to provide satisfaction according to consumer expectations. This study aims to analyze the effect of product quality on purchasing decisions at Tazkia Buket in Padangsidimpuan City. This study was conducted at Tazkia Buket located in Salambue Village, Southeast Padangsidimpuan District, Padangsidimpuan City. This study was conducted from September 2025 to February 2026. This type of research is quantitatve with a cross-sectional correlation analytical design. The population in this study were all consumers who purchased bouquet products at Tazkia Buket. The research sample consisted of 60 respondents, using an accidental sampling technique. The results of the descriptive analysis showed that product quality had an average value of 36.95 and purchasing decisions of 24.78 which were included in the good and high categories. The results of the regression test show a correlation coefficient (R) of 0.982 with an R Square of 0.964, which means that 96.4% of the variation in purchasing decisions is influenced by product quality, while 3.6% is influenced by other factors outside the study. The t-test shows a significance value of 0.000 (<0.05), so it can be concluded that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Thus, product quality is a major factor in increasing purchasing decisions and the competitiveness of the Tazkia Buket business.

Keywords: Bouquet, Purchase Decision, Consumer, Product Quality.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRAC ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR SKEMA ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.5.1 Manfaat Teoretis 6
1.5.2 Manfaat Praktis 7

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk 8
2.2 Penelitian Terdahulu 11
2.3 Keputusan Pembelian 12
2.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 15
2.5 Kerangka Konseptual dan Variabel Penelitian 16
2.5.1 Variabel Penelitian 17
2.5.2 Indikator Variabel Penelitian 18
2.6 Hipotesis 19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN **20**
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 20
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 21
3.2.1 Lokasi 21
3.2.2 Waktu Penelitian 21
3.3 Populasi dan Sampel 22
3.3.1 Populasi 22
3.3.2 Sampel 22
3.4 Sumber Data 23
3.5 Tehknik Pengumpulan Data 23

3.6 Prosedur Pengumpulan Data 25
3.7 Defenisi Operasional 26
3.8 Pengolahan Data dan Analisa Data 27
3.8.1 Pengolahan Data 27
3.8.2 Analisa Data 28
3.9 Hipotesis Penelitian 30

BAB 4 HASIL PENELITIAN 32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 32
4.2 Karakteristik Responden 32
4.3 Analisis Deskriftif 33
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian 34
4.4.1 Uji Validitas 34
4.4.2 Uji Reliabilitas 36
4.4.3 Uji t (parsial) 37
4.5 Uji Asumsi Klasik 34
4.5.1 Uji Normalitas 34
4.5.2 Uji t (parsial) 34
4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana 35
4.6.1 Model Summary 35
4.6.2 Coefficients 35
4.6.3 Uji Determinasi (R^2) 35

BAB 5 PEMBAHASAN 40
5.1 Kualitas Produk 40
5.2 Keputusan Pembelian 44
5.3 Keputusan Pembelian 49

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN 53
6.1 Kesimpulan 53
6.2 Saran 55

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu 11
Tabel 3.1 Jadwal penelitian 21
Tabel 3.1 Defenisi operasional 26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden 33
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif 33
Tabel 4.3 Model Summary 34
Tabel 4.4 Uji f 36
Tabel 4.5 Uji t 37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lokasi Penelitian 32

DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Kerangka Konsep 16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat survey pendahuluan dari Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan
Lampiran 2 Surat balasan izin survey pendahuluan dari Toko Tazkia Buket
Lampiran 3 Lembar Kuesioner
Lampiran 4 Lembar permohonan jadi responden
Lampiran 5 Lembar persetujuan menjadi responden *(informed consent)*
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha adalah hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan yang menjadikan suatu peluang usaha dalam kegiatan kegiatan atau aktivitas bisnis atau dasar kemauan sendiri. Kebutuhan konsumen yang terus menerus untuk jadikan suatu peluang usaha yang dapat menimbulkan inspirasi besar yang menggerakkan hati untuk menjalankan suatu usaha tersebut(Buulolo, 2025).

Dasar Perkembangan industri kreatif menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya pada usaha berbasis estetika dan kreativitas seperti bisnis florist dan buket. Biasanya buket bunga diberikan secara khusus untuk orang-orang yang disayangi atau keluarga pada hari valentine, ulang tahun, maupun acara wisuda dan lainnya(Tabelessy, 2021). Peningkatan kebutuhan tersebut mendorong tumbuhnya pelaku usaha buket, baik skala besar maupun UMKM, sehingga persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Setelah pengembangan produk dilakukan, langkah selanjutnya sebuah usaha harus menyertakan sisi kualitas dari produknya(Ameliah & Pusvita, n.d.).

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dalam memilih produk buket. Menurut temuan penelitian, kualitas produk ditentukan oleh faktor-faktor berikut: kemudahan penggunaan, kesesuaian, keandalan, dan umur panjang produk(Isyanto et al., 2022). Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kualitas produk merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan

harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Melihat kenyataan dunia bisnis yang terus berkembang maka tuntutan akan produk semakin beragam dan terus-menerus berkembang sesuai dengan perubahan zaman(Martini et al., 2021)

Kualitas produk dipandang sebagai keunggulan kompetitif yang mampu mempertahankan konsumen dalam jangka panjang. Aspek kualitas seperti estetika, kerapian, dan kesesuaian pesanan menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian, khususnya pada produk kreatif dan handmade (Assauri, 2018). Ketidaksesuaian antara produk yang dijanjikan dan produk yang diterima konsumen berdampak negatif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa tidak puas akan cenderung menunda atau menghindari pembelian ulang (Tjiptono, 2019).

Pengembangan produk *(product development*) adalah strategi yang mencari kenaikan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau jasa saat ini(Pada et al., n.d.). Produk planning merupakan semua kegiatan yang dilakukanoleh produsen dalam menentukan dan mengembangkan produknya, memperbaiki produk lama, memperbanyak kegunaan dari produk yang sudah ada dan mengurangi biaya poroduksi dan biaya pemungkus.(Studi et al., 2018).

Secara global, industri bunga dan *florist* mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan seiring meningkatnya gaya hidup masyarakat yang mengutamakan nilai estetika dan simbolis dalam berbagai acara. Pertumbuhan pasar bunga potong dan produk *florist* dunia menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk buket terus meningkat dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan (Grand View Research, 2023). Kondisi global ini turut memengaruhi perkembangan usaha

florist di berbagai negara, termasuk Indonesia. Program pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya adalah untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen(Pada et al., n.d.)

Buket tangan atau buket bunga adalah rangkaian bunga yang indah dan bervariasi, dilengkapi dengan dedanuan, membentuk rangkaian bunga menarik. Saat ini, ada banyak inovasi dalam usaha buket yang menciptakan berbagai jenis buket, termasuk buket snack, buket uang, dan buket dengan bunga palsu (Isyanto et al., 2022). Di Indonesia, bisnis buket berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah UMKM kreatif dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan. Buket bunga, buket uang, dan buket kreatif lainnya menjadi produk yang banyak diminati, khususnya oleh kalangan remaja dan dewasa muda. Keragaman produk mengacu pada keragaman dan kelengkapan penawaran produk,termasuk beragam model, ukuran, warna, dan kualitas yang tersedia bagi konsumen(AZZERAH, 2025).

Kota Padangsidimpuan sebagai salah satu kota berkembang di Provinsi Sumatera Utara memiliki dinamika ekonomi lokal yang mendorong munculnya berbagai usaha kreatif. Tazkia Buket merupakan salah satu usaha buket yang beroperasi di Kota Padangsidempuan dan melayani kebutuhan masyarakat akan produk buket untuk berbagai keperluan. Dalam menghadapi persaingan usaha sejenis, kualitas produk menjadi faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya (Tamba et al., 2024)

Keputusan konsumen dalam melaksanakan pembelian pada suatu usaha dipengaruhi oleh kualitas produk dan pemasaran media sosial. Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan yang diambil oleh konsumen ketika telah menemukan produk yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan olehnya dan dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang hingga terjadinya pembelian(Ira Utami Ramba' et al., 2023).

Dimulai ketika konsumen menyadari terhadap kebutuhan mereka, kemudian mencari berbagai informasi tentang produk atau merek, menilai apakah produk tersebut sesuai dengan harapan, hingga akhirnya mengambil keputusan untuk memeblinya(Jurnal & Mea, 2026). Konsep tersebut masih bersinggungan dengan variabel pada penelitain ini dimana teori tersebut menekankan bagaimana permasalahan konsumen dan persepsinya terhadap suatu barang yang ingin dibeli(Jurnal & Mea, 2026)

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Anies Nor Kholidah et al., 2025) membuktikan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian serupa juga ditemukan oleh Syaifuddin (2024), yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Penelitian-penelitian tersebut memperkuat dugaan bahwa kualitas produk berperan penting dalam menentukan perilaku pembelian konsumen.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan melalui observasi awal dan penelusuran media sosial usaha,

ditemukan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Sebagian konsumen menilai bahwa produk buket yang ditawarkan memiliki desain yang menarik dan variatif. Namun demikian, terdapat pula masukan dan keluhan dari konsumen yang berkaitan dengan kerapian produk, ketahanan bahan, serta kesesuaian produk dengan pesanan yang telah disepakati. Keluhan tersebut terutama berkaitan dengan ketidaksesuaian antara desain yang dipesan dengan produk yang diterima, baik dari segi tampilan maupun kualitas bahan yang digunakan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang relevan dengan variabel kualitas produk, sehingga layak untuk diteliti secara ilmiah. Di sisi lain, data penjualan menunjukkan bahwa pada tahun 2024 penjualan buket hanya mencapai sekitar 8 unit per bulan, sedangkan pada tahun 2025 mengalami peningkatan menjadi sekitar 30 hingga 40 penjualan per bulan. Peningkatan penjualan ini mengindikasikan adanya minat konsumen terhadap produk Tazkia Buket, namun permasalahan kualitas produk yang masih muncul berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan”. Penelitian ini penting dilakukan guna memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, serta memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan acuan bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan daya saing usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 . Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk lebih memfokuskan kajian yang akan dilaksanakan sehingga tujuan penelitan dapat tercapai dalam waktu yang singkat dan terlaksana dengan baik.Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah " Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan".

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama pada konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor industri kreatif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya

yang ingin mengkaji variabel kualitas produk dan keputusan pembelian pada objek dan wilayah penelitian yang berbeda.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi tempat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pemilik usaha Tazkia Buket dalam meningkatkan pengembangan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan mengetahui aspek kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pelaku usaha dapat merumuskan strategi perbaikan produk yang lebih tepat guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

b. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi konsumen mengenai pentingnya kualitas produk dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk buket yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

c. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pembanding bagi akademisi maupun peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti topik serupa. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain, metode penelitian yang berbeda, atau objek penelitian yang lebih luas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Pengembangan kualitas produk merupakan strategi penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk menunjukkan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup daya tahan, keandalan, dan kemudahan penggunaan. Pengembangan kualitas produk dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas melalui peningkatan mutu produk secara berkelanjutan(Tjiptono,F 2015). Malau (2017:40) menyatakan bahwa "pengembangan produk adalah proses perubahan yang dilakukan terhadap produk yang sudah ada. Pengembangan produk baru adalah proses pencarian gagasan inovasi untuk menambah nilai terhadap barang lama dengan mengkonversikannya ke dalam produk tersebut."

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat

memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen(Diah, 2019)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut berniali lainnya. Indikator atau tolak ukur sebuah kualitas produk merupakan suatu hasil yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran(Putri, 2021).

Kualitas produk (*product quality*) yang dimaksud merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, maka dari itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produknya, dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing (Supriyadi et al., 2017). Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Artinya, kualitas produk tidak hanya diukur dari spesifikasi teknis, tetapi juga dari sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Tjiptono (2019) mendefinisikan kualitas produk sebagai tingkat keunggulan suatu produk yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurutnya, kualitas produk menjadi alat strategis bagi perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan, terutama dalam kondisi persaingan pasar yang semakin ketat.

Selain itu, Lupiyoadi (2014) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu merek atau usaha. Produk dengan kualitas yang baik akan membentuk citra positif di benak konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong terjadinya keputusan pembelian. Sebaliknya, kualitas produk yang rendah dapat menurunkan minat beli dan menyebabkan konsumen beralih ke produk pesaing.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui karakteristik fungsional, estetika, dan nilai yang dirasakan. Dalam konteks usaha buket, kualitas produk tercermin dari kesegaran bahan, kerapian dan keindahan desain, kesesuaian produk dengan pesanan konsumen, serta ketahanan produk hingga digunakan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan upaya perusahaan dalam meningkatkan mutu produknya. Indikator tersebut meliputi kualitas bahan yang digunakan, daya tahan produk, desain produk yang menarik dan mengikuti tren, keunikan produk dibandingkan dengan pesaing, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, kualitas produk juga dilihat dari adanya inovasi produk, kerapian dan ketelitian dalam pembuatan produk, konsistensi kualitas produk dari waktu ke waktu, serta kemudahan penggunaan produk. Indikator-indikator ini digunakan untuk menilai sejauh mana pengembangan kualitas produk mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	**Aghitsni & Widyastuti (2020)** Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	Kuantitatif, survei, regresi linier berganda	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan mutu, daya tahan, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan sebelum mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk juga berfungsi sebagai indikator kepercayaan konsumen terhadap suatu merek atau usaha.
2	**Pratama & Hidayat (2021)** Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM	Kuantitatif, survei, regresi linier sederhana	Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap konsumen UMKM. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik kualitas produk yang ditawarkan UMKM, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini juga menegaskan bahwa kualitas produk menjadi faktor pembeda utama di tengah persaingan usaha kecil dan menengah.
3	**Sari & Putra (2022)** Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Kreatif	Kuantitatif, survei, regresi linier	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei dan analisis regresi linier. Responden penelitian adalah konsumen produk industri kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen industri kreatif menilai kualitas produk tidak hanya dari aspek fungsi, tetapi juga dari segi estetika, kreativitas, dan keunikan desain. Kualitas produk yang tinggi mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan minat beli konsumen.

	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	**Ramadhan & Siregar (2024)** Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Handmade	Kuantitatif, regresi sederhana	Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handmade. Konsumen menilai kualitas produk handmade dari kerapian, ketahanan, dan keunikan hasil produk. Produk handmade dengan kualitas yang baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terjadinya keputusan pembelian.
5	**Lestari & Nugroho (2023)** Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Kuantitatif, survei	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dinilai melalui kesesuaian spesifikasi, tampilan, daya tahan, dan konsistensi mutu. Produk dengan kualitas baik mampu meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan mendorong keputusan pembelian serta minat beli ulang konsumen.

2.3 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan(Marissa Grace, 2020).

Keputusan pembelian adalah komponen penting dalam perilaku konsumen yang menyebabkan mereka membeli barang atau jasa, keputusan ini dibuat oleh konsumen terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi dan memotivasi mereka untuk membeli barang atau jasa tersebut. Keputusan pembelian mengharuskan pembeli untuk memilih dari banyak penawaran, sehingga mereka harus tegas dan berpengetahuan luas. Setelah prosedur selesai, pembeli harus

memutuskan apakah akan melakukan pembelian(Kamila & Idham Muhammad, 2024)

Kondisi persaingan yang ketat dan semakin banyak produk yang ditawarkan menimbulkan pilihan alternative bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya dalam mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan prilaku konsumen(Putri, 2021).

Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Ishma Alfisa Martianto, 2023).

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2019), keputusan pembelian adalah proses yang dilalui konsumen mulai dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi pasca pembelian, di mana konsumen menentukan pilihan akhir terhadap produk yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhannya. Proses ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian bukanlah tindakan yang terjadi secara spontan, melainkan melalui tahapan yang sistematis.

Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan suatu produk. Nilai tersebut terbentuk dari perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan konsumen. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar, maka konsumen cenderung mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, Solomon (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek. Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk preferensi konsumen dan menentukan pilihan akhir dalam proses pembelian.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian itu merupakan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk setelah melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Dalam konteks usaha buket, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas produk, keindahan desain, kesesuaian dengan kebutuhan acara, serta pengalaman pembelian sebelumnya. Keputusan pembelian yang positif mencerminkan keberhasilan usaha dalam memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

Keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang menggambarkan tahapan proses pengambilan keputusan oleh konsumen. Indikator tersebut meliputi pengenalan kebutuhan terhadap produk, pencarian informasi sebelum melakukan pembelian, evaluasi alternatif produk yang tersedia, serta keyakinan konsumen dalam menentukan pilihan. Selanjutnya, keputusan pembelian juga ditunjukkan melalui tindakan pembelian itu sendiri, tingkat kepuasan setelah melakukan pembelian, niat untuk melakukan pembelian ulang, kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada pihak lain, serta loyalitas konsumen terhadap produk. Indikator-indikator ini digunakan untuk

mengetahui sejauh mana pengembangan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen cenderung mengevaluasi kualitas produk sebagai dasar untuk menilai apakah suatu produk mampu memenuhi kebutuhan, harapan, dan nilai yang diinginkan. Kualitas produk tidak hanya dipahami sebagai kemampuan produk menjalankan fungsi dasarnya, tetapi juga mencakup aspek estetika, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, serta keandalan produk dalam penggunaan. Konsumen cenderung lebih yakin untuk membeli produk yang dinilai memiliki kualitas tinggi karena risiko ketidakpuasan dianggap lebih rendah.

Dalam konteks industri kreatif dan produk *handmade* seperti buket bunga, kualitas produk menjadi semakin penting karena konsumen tidak hanya membeli produk secara fungsional, tetapi juga mempertimbangkan nilai estetika dan emosional. Aspek seperti kesegaran bahan, kerapian susunan, keindahan desain, serta kesesuaian produk dengan pesanan menjadi indikator kualitas yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketidaksesuaian produk dengan ekspektasi konsumen dapat menurunkan tingkat kepuasan dan berdampak pada rendahnya keputusan pembelian ulang.

Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Pratama dan Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa semakin

baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain itu, Lestari dan Nugroho (2023) menegaskan bahwa kualitas produk yang konsisten mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat keputusan pembelian, khususnya pada usaha kecil dan menengah yang menghadapi persaingan ketat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian awal, tetapi juga berperan penting dalam membentuk loyalitas dan minat beli ulang konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih mudah diterima oleh konsumen dan meningkatkan peluang terjadinya keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk yang rendah berpotensi menurunkan kepercayaan dan minat beli konsumen.

2.5 Kerangka Konseptual dan Variabel Penelitian

Kerangka konseptual merupakan gambaran sistematis mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti berdasarkan kajian teori dan temuan empiris. Dalam penelitian ini, kerangka konseptual disusun untuk menjelaskan hubungan antara kualitas produk sebagai variabel independen dengan keputusan pembelian sebagai variabel dependen pada usaha Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.



Skema 2.1 Kerangka Konsep

Kualitas produk dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi cara konsumen menilai suatu produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya menilai produk dari fungsi utamanya, tetapi juga dari kesesuaian desain, estetika, ketahanan, dan pengalaman penggunaan produk tersebut. Oleh karena itu, kualitas produk dalam penelitian ini tidak dipahami secara sempit, melainkan sebagai konsep multidimensional yang mencerminkan persepsi konsumen secara menyeluruh.

Dalam konteks Tazkia Buket, kualitas produk tercermin dari sejauh mana buket yang ditawarkan mampu memenuhi harapan konsumen, baik dari segi kesegaran bunga, kerapihan rangkaian, kesesuaian dengan pesanan, kualitas bahan pembungkus, maupun daya tahan produk setelah diterima. Apabila kualitas produk dinilai baik, maka konsumen akan cenderung memiliki persepsi positif terhadap usaha tersebut, yang selanjutnya mendorong keputusan pembelian

Sebaliknya, apabila kualitas produk dinilai rendah atau tidak sesuai dengan ekspektasi, konsumen dapat mengalami ketidakpuasan yang berpotensi menurunkan minat beli, mengurangi pembelian ulang, bahkan menimbulkan citra negatif terhadap usaha buket. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi faktor strategis dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian dan memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1. Variabel Independen (X): Kualitas Produk

Kualitas produk didefinisikan sebagai keseluruhan karakteristik buket yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk mencerminkan tingkat keunggulan produk yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan evaluasi terhadap produk tersebut.

2. Variabel Dependen (Y): Keputusan Pembelian

   Keputusan pembelian merupakan tindakan atau proses konsumen dalam memilih dan membeli produk buket setelah melalui tahap pertimbangan dan evaluasi alternatif yang tersedia.

2.5.2 Indikator Variabel Penelitian

Untuk mengukur masing-masing variabel, diperlukan indikator yang dapat menggambarkan kondisi variabel tersebut secara operasional.

a. Indikator Kualitas Produk (X)

   Indikator kualitas produk dalam penelitian ini meliputi:

   1. Variasi bentuk produk Tazkia Buket.
   2. Kesegaran Fleksibilitas penambahan perlengkapan sesuai keinginan konsumen.
   3. Keunikan dan daya tarik desain produk.
   4. Daya tahan produk terhadap kerusakan.
   5. Ketahana mutu produk dalam jangka tertentu.
   6. Ketahanan mutu produk dalam jangka waktu tertentu
   7. Kemudahan perbaikan produk apabila mengalami kerusakan
   8. Kemampuan produk untuk dimodifikasi sesuai tren
   9. Variasi desain bentuk dan motif produk

b. Indikator Keputusan Pembelian (Y)

1. Keunggulan produk dibandingkan produk pesaing.
2. Kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen.
3. Kemudahan konsumen dalam memperoleh produk.
4. Intensitas atau jumlah pembelian yang dilakukan konsumen.
5. Fleksibilitas waktu dalam melakukan pembelian
6. Kemudahan metode pembayaran yang ditawarkan

2.6 Hipotesis

Secara konseptual, hipotesis dapat dipahami sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis sering dirumuskan secara eksplisit dan formal, misalnya dalam bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. (Haura Hanifah et al., 2025)

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Nol (H_0)

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket di Kota Padang Sidimpuan.

Hipotesis Alternatif (H_1)

H_1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket di Kota Padang Sidimpuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau teknik ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara atau teknik ilmiah yang dimaksud adalah dimana kegiatan penelitian itu dilaksanakan berdasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu Rasional, Empiris dan Sistematis (RES). Rasional berarti peneltian dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh nalar manusia. Empiris berarti cara atau teknik yang dilakukan selama penenlitian itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara atau teknik atau langkah yang digunakan selama proses penelitian. Sistematis, maksudnya adalah proses yang lakukan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang logis (Umar dan Listya,2024).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dan menyelesaikan permasalahan dalam penelitian(Syahroni, 2022). Metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pilsafat positivisme,digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif/statistik,dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan(Sugiyono,2019)

Desain penelitian ini *analityc korelasi* yang menggunakan pendekatan *cross sectional study* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada tazkia buket di kota padangsidimpuan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilaksankan di Tazkia Buket yang terletak di Desa Salambue ,Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan. Tazkia Buket dipilih sebagai tempat penelitian karena memiliki permasalahan nyata yang berkaitan langsung dengan kualitas produk dan keputusan pembelian, sehingga layak untuk diteliti secara ilmiah guna memperoleh solusi dan rekomendasi perbaikan yang bermanfaat bagi usaha.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhitung mulai dari bulan September 2025 sampai dengan Februari 2026.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Pengajuan judul						
Penyusunan proposal						
Seminar proposal						
Pelaksanaan Penelitian						
Pengolahan Data						
Seminar hasil						

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono(2019) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Arikunto(2016) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

Populasi merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Populasi bisa terdiri dari individu, objek, kejadian, atau apapun yang relevan dengan penelitian yang dilakukan(Jailani et al., 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk buket pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

3.3.2 Sampel

Sampel sendiri merupakan bagian dari populasi yang dipilih secara prosedural untuk mewakili keseluruhan populasi. Proses pengambilannya disebut teknik sampling, yang sangat menentukan validitas dan reliabilitas data. Teknik ini dibagi menjadi dua kategori utama: *probability sampling* dan *non-probability* sampling(Ulva Putri Ramadani et al., 2025)**.** Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *accidental sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan konsumen yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pertimbangan keterwakilan data dan kelayakan analisis statistik, sehingga ditetapkan sebanyak responden yang dianggap mampu mewakili populasi

penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada minggu ke 4 januari tanggal 28 sampai tanggal 11 februari 2026 dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden.

3.4 Sumber Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan data primer dan sekunder agar memudahkan dalam melakukan penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini:

1. Data Primer

   Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner dan wawancara yang di peroleh dari lapangan atau lokasitempat penelitian yaitu Tazkia Buket Padangsidimpuan.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah sumber data yang telah di kumpulkan oleh pihak lain,bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain.Perisetnya mencatat mengakses atau meminta data tersebut kepihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan.

Berdasarkan pengolahan sumber data diatas maka peneliti menggunakan kedua sumber data tersebut dalam penelitiannya.

3.5 Tehknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian.

1. Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden untuk memperoleh data primer terkait kualitas produk dan keputusan pembelian.

2. Observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas usaha dan produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket.
3. Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data pendukung berupa catatan, arsip, dan informasi yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner ini diadopsi dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Airatul Fadriyah (2023) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember,dimana uji validitas nilai rhitung > r tabel (0.2072) dan uji reabilitas (0,60) valid atau kuesioner dapat dipercaya. Terdiri dari pernyataan-pernyataan sesuai dengan variabel X dan Y pada penelitian ini tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket dikota Padangsidimpuan.

Pernyataan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2019). Penskoran dibuat dengan menggunakan skala likert. Kuesioner atau sering pula disebut angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang mereka kehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan. Pengertian lain dari kuesioner adalah tehknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk diisi oleh responden yang selanjutnya dilakukan analisis sehingga diperoleh informasi (Vivi Herlina.2019)

Alternatif jawaban yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, yang bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019), yaitu Sangat Setuju (ST) dengan jumlah nilai 5, Setuju (S) 4 , Netral (N) 3, Tidak Setuju (TS) 2 dan Sangat Tidak Setuju (TS) 1.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai landasan dalam penelitian mana penulis melakukan pengumpulan data dari lapangan yaitu:

1. Tahap persiapan akan dimulai dengan menetapkan tema judul penelitian. Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, membuat proposal penelitian, melakukan studi pendahuluan dan revisi.
2. Mengurus surat permohonan izin penelitian dari Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan, kemudian mengirim permohonan izin penelitian kepada pemilik usaha Tazkia Buket.
3. Peneliti akan meminta izin kepada Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan untuk melakukan penelitian.
4. Peneliti akan melakukan pengambilan data tempat penelitian dan menentukan responden berdasarkan yang telah oleh peneliti.
5. Peneliti akan menemui responden untuk melakukan pengumpulan data dengan kusioner.
6. Peneliti akan membagikan lembar kusioner.
7. Sebelumnya peneliti akan memperkenalkan diri terlebih dahulu dan menjelaskan tujuan penelitian, menjelaskan *infrom consent* tentang kewajiban

dan hak responden dan meminta persetujuan responden untuk bersedia menandatangani lembar persetujuan menjadi responden.

8. Setelah responden setuju, kemudian peneliti akan memberikan kusioner penelitian kepada responden dan menjelaskan tata cara pengisian kusioner.
9. Setelah responden mengisi kusioner, kusioner akan dikumpulkan kepada peneliti.
10. Selanjutnya peneliti akan melakukan proses pengolahan data dan analisa data.

3.7 Defenisi Operasional

Tabel 3.2 Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah kemampuan produk Tazkia Buket dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang ditinjau dari aspek variasi bentuk, keunikan desain, daya tahan, kemudahan perbaikan, serta kesesuaian produk dengan tren dan selera konsumen.	1.Variasi bentuk produk 2.Fleksibilitas penambahan perlengkapan 3.Keunikan dan daya tarik produk 4.Kesesuaian kombinasi desain 5.Daya tahan produk 6.Ketahanan mutu produk 7.Kemudahan perbaikan 8.Modifikasi sesuai tren 9.Variasi desain dan motif	Skala Likert
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah proses penentuan konsumen dalam memilih dan membeli produk Tazkia Buket berdasarkan keunggulan produk, kesesuaian kebutuhan, kemudahan memperoleh produk, jumlah pembelian, fleksibilitas waktu pembelian, serta kemudahan metode pembayaran.	1.Keunggulan produk dibanding pesaing 2.Kesesuaian dengan kebutuhan 3.Kemudahan memperoleh produk 4.Intensitas jumlah pembelian 5.Fleksibilitas waktu pembelian 6.Kemudahan metode pembayaran	Skala Likert

3.8 Pengolahan Data dan Analisa Data

3.8.1 Pengolahan Data

Teknik analisis data adalah proses mempelajari dan mengolah data untuk mengidentifikasi pola, hubungan dan informasi penting yang terkandung didalamnya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang data yang dianalisis dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang ditemukan. Sebelum data dianalisis maka terlebih dahulu dilakukan pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Editing*

   Dilakukan memeriksa kuesioner yang telah terisi. Data yang akan dilakukan pengecekan ulang dengan tujuan agar data yang masuk dapat diolah secara benar, sehingga dapat memberikan hasil yang menggambarkan masalah yang diteliti, kemudian data dikelompokan dengan aspek pengukuran.

2. *Coding*

   Pemberian kode pada setiap data yang telah dikumpulkan untuk memperoleh memasukkan data ke tabel.

3. *Skoring*

   Memberikan skor kepada setiap jawaban yang diberikan pada responden. Jawaban yang benar akan diberi nilai 1 dan jawaban yang salah akan diberi nilai 0, selanjutnya menghitung skor jawaban dari pertanyaan yang diberikan.

4. *Data Entry*

   Data Entri adalah mengisi kolom dengan kode sesuai dengan jawaban masing – masing pertanyaan.

5. *Tabulating*

Pengelompokan data sedemikian rupa agar mudah dapat dijumlah, disusun dan ditata untuk dianalisa. Dalam tabulasi ini dilakukan menggunakan *personal computer* (PC) melalui program SPSS (Sugiyono, 2017).

3.8.2 Analisa Data

3.8.2 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan berikut:

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan, menyederhanakan, dan menyajikan data sampel menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami.Analisis deskriptif digunakan untuk melihat gambaran perolehan nilai dari variabel x dan variabel y. Dimana deskriptif yang dilihat meliputi : mean, median dan modus, merupakan pengukuran yang digunakan dalam analisis deskriptif untuk menggambarkan data secara sistematis dan akurat.

a. Mean : rata-rata, dihitung dengan menjumlahkan semua data dan membaginya dengan jumlah data.

b. Median : nilai tengah data yang diurutkan. Jika jumlah data ganjil, median adalah angka tengah. Jika jumlah data genap, median rata-rata dari dua nilai tengah.

c. Modus : nilai yang muncul paling serius Data yang digambarkan dalam analisis deskriptif dapat divisualisasikan menggunakan diagram sebar, histogram, grafik garis, atau tampilan batang dan daun.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment.*

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika r hitung > r tabel (0,254 untuk n=60, α=0,05), maka item dinyatakan valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka item tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha.

Kriteria:

a. Jika α > 0,60 → reliabel
b. Jika α < 0,60 → tidak reliabel

Instrumen penelitian dinyatakan layak apabila seluruh item valid dan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Karena penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, maka dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria:

a. Jika Sig > 0,05 → data berdistribusi normal
b. Jika Sig < 0,05 → data tidak normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel X dan Y bersifat linear.

Kriteria:

Jika nilai Sig Linearity < 0,05 → hubungan linear.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian digunakan rumus:

Y=a+bXY = a + bXY=a+bX

Keterangan:

a. Y = Keputusan Pembelian
b. X = Kualitas Produk
c. a = Konstanta
d. b = Koefisien regresi

Pengujian dilakukan menggunakan uji t dan uji F dalam program SPSS.

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika nilai Sig < 0,05 → terdapat pengaruh signifikan
b. Jika nilai Sig > 0,05 → tidak terdapat pengaruh signifikan

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Nilai R^2 dinyatakan dalam bentuk persentase.

3.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh pengembangan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

H_1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 4.1 Lokasi Penelitian

Tazkia Buket merupakan usaha yang bergerak di bidang industri kreatif,yang terletak di Desa Salambue Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan. Usaha ini beroperasi di Kota Padangsidimpuan dan melayani konsumen dari berbagai kalangan.

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, Tazkia Buket melakukan pengembangan kualitas produk melalui variasi desain, pemilihan bahan yang lebih baik, ketahanan produk, serta penyesuaian dengan tren pasar. Penelitian ini dilakukan terhadap 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Tazkia Buket.

4.2 Karakteristik Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	**Jenis Kelamin**	Laki-laki	8	13,3
		Perempuan	52	86,7
		Total	**60**	**100,0**
2	**Frekuensi Pembelian**	1 Kali Pembelian	42	70,0
		2 Kali Pembelian	14	23,3
		Lebih dari 3 Kali Pembelian	4	6,7
		Total	**60**	**100,0**

Berdasarkan Tabel 4.1, responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki sebanyak 8 orang atau 13,3%, sedangkan perempuan sebanyak 52 orang atau 86,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen produk Tazkia Buket lebih banyak didominasi oleh perempuan. Berdasarkan frekuensi pembelian, mayoritas responden melakukan pembelian sebanyak 1 kali yaitu 42 orang atau 70,0%. Responden yang melakukan pembelian 2 kali sebanyak 23,3%, sedangkan lebih dari 3 kali pembelian sebesar 6.

4.3 Analisis Deskriftif

Tabel 4.2 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL	60	33	41	36,95	2,639
Y	60	22	28	24,78	1,932
Valid N (listwise)	60				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 36,95 dengan standar deviasi 2,639. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen menilai kualitas produk Tazkia Buket dalam kategori baik dengan tingkat variasi jawaban yang relatif kecil.

Sementara itu, variabel keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata sebesar 24,78 dengan standar deviasi 1,932. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian konsumen tergolong tinggi dan relatif homogen antar responden. Dengan demikian, secara deskriptif dapat dikatakan bahwa kualitas produk yang baik diikuti dengan tingkat keputusan pembelian yang juga tinggi.

4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

4.4.1 Model Summary

Tabel 4.3 Model Summary

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,982[a]	,964	,964	,368

a. Predictors: (Constant), TOTAL

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 4.3 Model Summary, dapat diketahui kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X) sebagai variabel independen dengan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

1. Nilai R (Koefisien Korelasi)

Nilai R sebesar 0,982 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Nilai R berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara kedua variabel semakin kuat.

Karena nilai R sebesar 0,982 mendekati angka 1, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian di Tazkia Buket

sangat kuat dan bersifat positif. Artinya, semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

2. Nilai R Square (Koefisien Determinasi)

Nilai R Square sebesar 0,964 menunjukkan bahwa sebesar 96,4% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk. Yaitu, kualitas produk memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan. Sedangkan sisanya sebesar 3,6% (100% - 96,4%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti harga, promosi, pelayanan, lokasi, atau faktor pribadi konsumen.

Nilai R Square yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa model penelitian sangat kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

3. Adjusted R Square

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,964 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah sampel dan jumlah variabel, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian tetap sebesar 96,4%. Karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen (regresi linear sederhana), maka nilai R Square dan Adjusted R Square memiliki nilai yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah baik dan tidak mengalami bias akibat jumlah variabel.

4. Std. Error of the Estimate

Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 0,368 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi dalam model regresi. Semakin kecil nilai standar error, maka semakin baik model dalam memprediksi variabel dependen. Nilai 0,368 tergolong

kecil, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki tingkat ketepatan yang baik dalam memprediksi keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk.

4.4.2 Uji f

Tabel 4.4 Uji f

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212,320	1	212,320	1566,049	,000[b]
	Residual	7,863	58	,136		
	Total	220,183	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil uji F (ANOVA), dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 1566,049 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan signifikan.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah kualitas produk (X) dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

Selain itu, nilai *Sum of Squares Regression* sebesar 212,320 menunjukkan besarnya variasi keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh kualitas produk. Sedangkan Sum of Squares Residual sebesar 7,863 menunjukkan variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Total keseluruhan variasi adalah sebesar 220,183.

Nilai *Mean Square Regression* sebesar 212,320 dan *Mean Square Residual* sebesar 0,136 menghasilkan nilai F sebesar 1566,049. Nilai F yang sangat besar ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sangat kuat sehingga model regresi dinyatakan signifikan dan layak digunakan.

4.4.3 Uji t (parsial)

Tabel 4.5 Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,779	,673		-2,644	,011
	TOTAL	,719	,018	,982	39,573	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji t (*Coefficients*), dapat dijelaskan pengaruh variabel kualitas produk (TOTAL) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial atau individu.

1. Persamaan Regresi

Dari tabel tersebut diperoleh nilai:

1.Konstanta (*Constant*) = -1,779

2.Koefisien regresi kualitas produk (TOTAL) = 0,719

Sehingga persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y=-1,779+0,719XY = -1,779 + 0,719XY=-1,779+0,719X$$

Yaitu:

Nilai konstanta sebesar -1,779 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dianggap bernilai 0, maka nilai keputusan pembelian sebesar -1,779. Nilai konstanta ini hanya sebagai angka matematis dalam model regresi.

Koefisien regresi sebesar 0,719 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,719 satuan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian bersifat searah (positif).

Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

2. Hasil Uji t (Pengaruh Parsial)

Nilai t hitung untuk variabel kualitas produk adalah 39,573 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. H_0 (hipotesis nol) ditolak
2. H_1 (hipotesis alternatif) diterima

Yaitu, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan. Nilai t hitung yang sangat besar (39,573) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sangat kuat.

3. Koefisien Beta (*Standardized Coefficient*)

Nilai Beta sebesar 0,982 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian sangat kuat dan mendekati angka 1. Semakin mendekati 1, maka hubungan antar variabel semakin kuat. Hal ini juga sejalan dengan hasil uji korelasi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin

tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang terjadi.

Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan terbukti dan dapat diterima.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

5.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Tazkia Buket, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 86,7%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 8 orang atau sebesar 13,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen produk Tazkia Buket lebih banyak didominasi oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Dominasi responden perempuan ini menunjukkan bahwa produk buket lebih diminati oleh perempuan karena memiliki nilai estetika, kreativitas, dan keindahan yang lebih menarik bagi mereka. Produk buket pada umumnya digunakan sebagai hadiah atau bentuk apresiasi dalam berbagai momen penting seperti ulang tahun, wisuda, hari perayaan, maupun sebagai bentuk ungkapan kasih sayang kepada orang lain. Dalam kondisi tersebut, perempuan sering kali menjadi pihak yang lebih aktif dalam memilih dan membeli produk yang memiliki tampilan menarik dan bernilai artistik.

Selain itu, perempuan cenderung lebih memperhatikan aspek desain, warna, kerapian, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan atau acara tertentu. Hal ini membuat perempuan lebih selektif dalam memilih produk yang memiliki kualitas baik serta tampilan yang menarik. Oleh karena itu, produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket yang memiliki desain kreatif dan menarik dapat lebih mudah menarik minat konsumen perempuan. Di sisi lain, jumlah responden

laki-laki yang lebih sedikit tidak berarti bahwa laki-laki tidak tertarik terhadap produk buket, namun kemungkinan mereka membeli produk tersebut hanya pada momen tertentu saja, seperti untuk memberikan hadiah kepada pasangan, keluarga, atau teman.

Dominasi konsumen perempuan dalam penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai karakteristik pasar Tazkia Buket. Perempuan dapat dikatakan sebagai target pasar utama bagi usaha ini, sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan selera dan preferensi konsumen perempuan dalam mengembangkan produk. Misalnya dengan menghadirkan variasi desain buket yang lebih kreatif, pemilihan warna yang menarik, serta penyesuaian produk dengan tren yang sedang berkembang di masyarakat. Dengan memahami karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, pelaku usaha dapat menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif. Strategi tersebut dapat membantu meningkatkan minat beli konsumen, memperluas pasar, serta meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

5.1.2 Berapa Kali Membeli Produk

Dari hasil penelitian terhadap 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Tazkia Buket, diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pembelian sebanyak satu kali yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 70,0%. Responden yang melakukan pembelian sebanyak dua kali berjumlah 14 orang atau sebesar 23,3%, sedangkan responden yang melakukan pembelian lebih dari tiga kali sebanyak 4 orang atau sebesar 6,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen masih berada pada tahap pembelian awal atau baru

pertama kali melakukan pembelian produk di Tazkia Buket. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti konsumen yang membeli produk hanya pada momen tertentu, misalnya untuk acara ulang tahun, wisuda, perayaan hari spesial, atau sebagai hadiah bagi orang lain. Produk buket pada umumnya memang tidak selalu dibeli secara rutin setiap waktu, melainkan lebih sering dibeli pada saat terdapat kebutuhan atau acara tertentu.

Meskipun sebagian besar responden baru melakukan pembelian satu kali, adanya konsumen yang melakukan pembelian lebih dari satu kali menunjukkan bahwa produk Tazkia Buket telah mampu memberikan kepuasan bagi sebagian pelanggan. Konsumen yang melakukan pembelian dua kali atau lebih biasanya telah memiliki pengalaman sebelumnya dalam membeli produk tersebut. Pengalaman yang baik, seperti kualitas produk yang sesuai dengan harapan, desain yang menarik, serta pelayanan yang memuaskan, dapat mendorong konsumen untuk kembali melakukan pembelian di masa yang akan datang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pembelian sebelumnya memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Selain itu, frekuensi pembelian juga dapat menunjukkan tingkat loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau usaha. Konsumen yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali dapat dikatakan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket. Kepercayaan tersebut biasanya muncul karena konsumen merasa puas dengan produk yang telah dibeli sebelumnya, baik dari segi kualitas bahan, desain produk, maupun kesesuaian dengan pesanan. Dengan demikian, konsumen tidak ragu

untuk kembali membeli produk yang sama atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Hasil ini juga memberikan gambaran bagi pelaku usaha bahwa mempertahankan konsumen lama merupakan hal yang sangat penting. Konsumen yang telah memiliki pengalaman positif cenderung lebih mudah melakukan pembelian ulang dibandingkan dengan menarik konsumen baru. Oleh karena itu, Tazkia Buket perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar konsumen merasa puas dan tertarik untuk kembali melakukan pembelian di masa yang akan datang. Selain itu, pelaku usaha juga dapat meningkatkan strategi pemasaran, seperti memberikan promosi khusus bagi pelanggan tetap, menghadirkan inovasi desain buket yang lebih menarik, serta menyesuaikan produk dengan tren yang sedang berkembang. Dengan strategi tersebut, diharapkan jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang akan semakin meningkat sehingga dapat membantu perkembangan usaha Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan.

5.2 Kualitas Produk

Hasil dari kuesioner yang telah diberikan kepada 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Tazkia Buket, diketahui bahwa variabel kualitas produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 36,95 dengan standar deviasi sebesar 2,639. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen menilai kualitas produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket berada dalam kategori baik. Penilaian tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap kualitas produk yang mereka terima. Kualitas produk yang baik

merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam usaha yang bergerak di bidang industri kreatif seperti Tazkia Buket, kualitas produk tidak hanya dilihat dari fungsi produk, tetapi juga dari aspek estetika, kreativitas desain, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen.

Penilaian positif dari responden terhadap kualitas produk Tazkia Buket dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti desain produk yang menarik, pemilihan bahan yang berkualitas, ketahanan produk, serta kesesuaian produk dengan pesanan konsumen. Desain produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi daya tarik suatu produk buket. Konsumen biasanya lebih tertarik pada produk yang memiliki tampilan menarik, warna yang sesuai, serta bentuk yang kreatif. Oleh karena itu, variasi desain yang ditawarkan oleh Tazkia Buket menjadi salah satu keunggulan yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, penggunaan bahan yang berkualitas juga memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan, sehingga produk terlihat lebih rapi, menarik, dan tahan lama.

Kualitas produk pada Tazkia Buket juga dapat dilihat dari aspek estetika dan kreativitas dalam penyusunan buket. Buket yang disusun dengan rapi, menggunakan bahan yang berkualitas, serta memiliki desain yang menarik mampu memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Hal tersebut membuat konsumen merasa puas dengan produk yang mereka beli. Selain itu, kualitas produk yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha Tazkia Buket, sehingga konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian kembali ataupun merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aghitsni dan Widyastuti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan mutu, daya tahan, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Kualitas produk juga menjadi indikator penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha.

Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sari dan Putra (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa konsumen tidak hanya menilai kualitas dari fungsi produk, tetapi juga dari segi estetika, kreativitas, dan keunikan desain produk. Hal ini sangat relevan dengan produk buket yang ditawarkan oleh Tazkia Buket, karena produk buket tidak hanya dinilai dari kegunaannya, tetapi juga dari keindahan, kerapian, serta kreativitas dalam penyusunannya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket. Semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat dan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian

5.3 Keputusan Pembelian

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Tazkia Buket, diperoleh nilai rata-rata variabel keputusan pembelian sebesar 24,78 dengan standar deviasi sebesar 1,932. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk

Tazkia Buket tergolong tinggi. Nilai rata-rata yang cukup tinggi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan yang kuat dalam memilih dan membeli produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa jawaban responden cukup homogen atau tidak terlalu berbeda jauh antara satu responden dengan responden lainnya. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar konsumen memiliki pandangan yang hampir sama dalam menilai keputusan pembelian terhadap produk yang mereka beli.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk Tazkia Buket berada pada kategori yang baik. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden pada setiap pernyataan kuesioner yang mayoritas memberikan tanggapan setuju. Pernyataan dalam kuesioner tersebut berkaitan dengan ketertarikan konsumen terhadap produk buket, kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, serta keyakinan konsumen dalam memilih Tazkia Buket ketika ingin membeli buket.

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk membeli produk di Tazkia Buket karena desain buket yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, responden juga menilai bahwa buket yang ditawarkan memiliki tampilan yang rapi, warna yang menarik, serta dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti hadiah wisuda, ulang tahun, maupun acara tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh Tazkia Buket mampu menarik perhatian konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Selain berdasarkan hasil kuesioner, keputusan pembelian konsumen juga dapat dilihat dari hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan pada Bab 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien regresi yang positif juga menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Jika dikaitkan dengan hasil kuesioner, konsumen menilai bahwa buket yang dijual oleh Tazkia Buket memiliki kualitas yang cukup baik dari segi kerapian penyusunan, kombinasi warna, serta desain yang menarik. Faktor-faktor tersebut menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Ketika konsumen merasa bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan mereka, maka keputusan untuk membeli produk tersebut akan lebih mudah diambil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu usaha, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Ramadhan dan Siregar (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh

positif terhadap keputusan pembelian, khususnya pada produk handmade. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa konsumen menilai kualitas produk dari kerapian, ketahanan, serta keunikan produk yang ditawarkan. Hal ini sangat relevan dengan produk buket pada Tazkia Buket yang termasuk dalam kategori produk kreatif atau handmade yang menonjolkan nilai estetika dan keindahan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk Tazkia Buket dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil kuesioner, konsumen menilai bahwa desain dan tampilan buket cukup menarik, sedangkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Tazkia Buket perlu terus mempertahankan kualitas produk serta meningkatkan kreativitas dalam pembuatan buket agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian di masa yang akan datang

5.4 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan. Temuan ini memberikan beberapa implikasi penting, baik dari segi praktis maupun akademis. Dari segi praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tazkia Buket perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, baik dari segi desain, bahan yang digunakan, ketahanan produk, maupun kesesuaian produk dengan pesanan konsumen. Produk yang memiliki

kualitas baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Selain itu, pelaku usaha juga perlu melakukan inovasi dalam desain produk agar tetap mengikuti tren yang berkembang di masyarakat. Inovasi tersebut dapat berupa variasi bentuk buket, pemilihan warna yang lebih menarik, serta penambahan elemen kreatif yang dapat meningkatkan nilai estetika produk. Dengan adanya inovasi tersebut, diharapkan produk Tazkia Buket dapat lebih menarik perhatian konsumen dan mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Strategi pemasaran juga perlu ditingkatkan, misalnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas.

Dari sisi akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran, terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik yang sama dengan menambahkan variabel lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, kualitas pelayanan, atau citra merek. Dengan demikian, penelitian di masa yang akan datang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penting.

Pertama, kualitas produk pada Tazkia Buket secara umum berada dalam kategori baik. Hal ini terlihat dari penilaian responden terhadap variasi desain, keunikan produk, kerapian rangkaian, daya tahan bahan, kesesuaian dengan pesanan, serta kemampuan mengikuti tren pasar. Konsumen menilai bahwa produk yang dihasilkan memiliki tampilan menarik, rapi, dan sesuai dengan kebutuhan acara mereka. Kualitas tersebut menjadi nilai utama yang membedakan Tazkia Buket dari usaha sejenis lainnya.

Kedua, tingkat keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket tergolong tinggi. Konsumen merasa yakin untuk membeli karena produk yang ditawarkan dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Proses keputusan pembelian yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, hingga perilaku pasca pembelian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian. Kepuasan tersebut mendorong adanya niat untuk melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Ketiga, berdasarkan hasil uji analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,982 yang menunjukkan hubungan yang

sangat kuat antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,964 menunjukkan bahwa sebesar 96,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 3,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti harga, promosi, pelayanan, atau faktor pribadi konsumen. Persamaan regresi yang diperoleh, Y = -1,779 + 0,719X, menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu unit akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,719 unit. Uji t menunjukkan signifikansi yang kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keempat, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pada Tazkia Buket. Semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang terjadi. Kualitas produk yang konsisten tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun citra positif usaha serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam strategi pengelolaan usaha agar mampu mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang ada.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak usaha maupun bagi peneliti selanjutnya.

6.2.1 Bagi Tazkia Buket

Pertama, Tazkia Buket diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang telah dinilai baik oleh konsumen. Mengingat kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian, maka aspek seperti variasi desain, kerapian rangkaian, daya tahan bahan, serta kesesuaian dengan pesanan harus selalu dijaga secara konsisten. Kontrol kualitas sebelum produk diserahkan kepada pelanggan perlu dilakukan secara lebih teliti agar tidak terjadi kesalahan yang dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Kedua, Tazkia Buket disarankan untuk terus melakukan inovasi desain secara berkala. Perkembangan tren di kalangan remaja dan mahasiswa yang menjadi pasar utama buket terus berubah, sehingga usaha perlu mengikuti tren tersebut agar tetap diminati. Inovasi dapat dilakukan dengan menciptakan model baru, kombinasi warna yang lebih variatif, serta konsep desain yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri.

Ketiga, dalam hal pelayanan, Tazkia Buket perlu meningkatkan komunikasi dengan pelanggan agar setiap pesanan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen. Penjelasan yang detail mengenai ukuran, warna, dan isi buket akan meminimalisir kesalahan serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif juga akan memperkuat keputusan pembelian.

Keempat, usaha ini juga disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara lebih maksimal sebagai sarana promosi. Mengingat kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka tampilan visual produk di media sosial harus dibuat semenarik mungkin. Testimoni pelanggan yang puas juga dapat ditampilkan untuk meningkatkan keyakinan calon pembeli.

Kelima, meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan, Tazkia Buket tetap perlu memperhatikan faktor lain seperti harga dan promosi. Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas serta pemberian promo pada momen tertentu dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas pelayanan, promosi, atau lokasi usaha. Hal ini karena masih terdapat 3,6% faktor lain di luar kualitas produk yang memengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah responden atau memperluas objek penelitian pada usaha buket lainnya agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan secara lebih luas. Penelitian juga dapat dilakukan dengan metode yang berbeda, misalnya menggunakan analisis regresi berganda atau pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen.

Peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan atau kepuasan konsumen sebagai variabel lanjutan dari keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK. Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. Batunadua Julu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http//: unar.ac.id

Nomor : 763/ FBPT/UNAR/E/PM/XII/2025 Padangsidimpuan, 18 Desember 2025
Lampiran : -
Perihal : Izin Survey Pendahuluan

Kepada Yth.
Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pendidikan Vokasional Desain Fashion Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nur Hamidah
NPM : 22090008
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Survey Pendahuluan di Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padang Sidimpuan".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPN: 4242769370130393

TAZKIA BUKET

Desa Salambue, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan

No.Hp.0822-7449-2689

Lampiran : -

Perihal : Balasan Izin Survey Pendahuluan

Salambue,Padangsidimpuan
06 Januari 2026

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan
Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan
Di

TEMPAT

Menindak lanjuti surat saudara No.763/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2025 tanggal 18 Desember 2025 tentang permohonan izin survey pendahuluan untuk menyelesaikan studi kewirausahaan program sarjana di Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan oleh :

Nama : Nur Hamidah
NPM : 22090008
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan survey di Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerja samanya ,kami ucapkan terimakasih.

Pemilik Usaha Tazkia Buket

Ainun Padilah Lubis S.E

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: unar.aufaroyhan@gmail.com http//: unar.ac.id

Nomor : 084/ FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 Padangsidimpuan, 30 Januari 2026
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nur Hamidah
NPM : 22090008
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Penelitian di Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan untuk penulisan Skripsi dengan judul "Analisis Pengembangan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana,S.Pd, M.Pd
NUPTK.4242769670130393

TAZKIA BUKET

Desa Salambue, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan

No.Hp.0822-7449-2689

Lampiran : -

Perihal : Balasan Izin Penelitian

Salambue, Padangsidimpuan
06 Februari 2026

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan
Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan
Di

TEMPAT

Menindak lanjuti surat saudara No.084/FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 tanggal 30 Januari 2026 tentang permohonan izin penelitian untuk menyelesaikan studi kewirausahaan program sarjana di Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan oleh :

Nama : Nur Hamidah
NPM : 22090008
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana
Judul : Analisis Pengembangan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan penelitian di Tazkia Buket Kota Padangsidimpuan.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerja samanya ,kami ucapkan terimakasih.

Pemilik Usaha Tazkia Buket



Ainun Padilah Lubis S.E

DAFTAR PUSTAKA

LEMBAR PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Kepada Yth,

Saudara/i responden

Di tempat

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan

Nama : Nur Hamidah

Nim : 22090008

Akan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsidimpuan**". Saya meminta kesediaan saudari untuk berpartisipasi dan bersedia menjadi responden pada penelitian tersebut.

Demikian permohonan saya, atas perhatian dan kesediaan Saudari saya mengucapkan terimakasih

Padangsidimpuan, 2026

Penulis

(Nur Hamidah)

LEMBAR PERSETUJUAN RESPONDEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama:

Dengan ini menyatakan untuk turut berpartisipasi dan bersedia menjadi responden pada penelitian yang di lakukan oleh Nur Hamidah, mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tazkia Buket di Kota Padangsisimpuan**".

Saya telah diberikan informasi tentang tujuan dan manfaat penelitian ini dan saya memutuskan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan pendapat dan respon saya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun, saya mengerti bahwa resiko yang terjadi tidak ada dan saya juga tahu bahwa penelitian ini tidak membahayakan bagi saya.

Padangsidimpuan, 2026

(Responden)

DATA KUESIONER RESPONDEN

Saudara/saudari responden yang terhormat, Bersama ini, kami mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisioner yang dibawah ini. Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

1. Nama :

2. Alamat :

2. Jenis kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

3. Berapa kali membeli produk: : ☐ 1 ☐ 2 ☐ < 3

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Adapun bentuk pengisian kuesioner adalah sebagai berikut :

1. Kepada Bapak / Ibu / Saudara(i) diharapkan untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan apa adanya.
2. Berilah tanda ( ) pada kolom yang tersedia dan pilih satu alternative jawaban paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
3. Semakin tinggi tingkat kesetujuan Bapak / Ibu / Saudara(i) pada pernyataan tersebut maka akan semakin tinggi derajat kesesuaian terhadap penelitian ini.

Simbol	Kategori	Bobot Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Kuesioner Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk Tazkia Buket memiliki bentuk yang variatif					
2	Produk Tazkia Buket bisa ditambhakan dengan perlengkapan lainnya sesuai selera konsumen					
3	Produk Tazkia Buket memiliki karakteristik yang unik dan menarik					
4	Produk Tazkia Buket sesuai dalam pemilihan kombinasi					
5	Produk Tazkia Buket tidak mudah rusak					
6	Produk Tazkia Buket bisa bertahan kualitas mutunya hampir 1 tahun					
7	Produk Tazkia Buket memiliki kemudahan diperbaiki manakala terjadi kerusakan					
8	Produk Tazkia Buket memiliki modifikasi sesuai dengan tren					
9	Produk Tazkia Buket memiliki banyak desain bentuk dan motif					

Kuesioner Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya melakukan pembelian karena produk lebih diunggulkan dari produk lainnya					
2	Saya melakukan pembelian karena sesuai dengan kebutuhan saya					
3	Saya melakukan pembelian melihat kemudahan dalam memperoleh produk tersebut					
4	Saya melakukan pembelian dengan jumlah yang banyak					
5	Saya melakukan pembelian karena bisa dibeli kapan saja					
6	Saya melakukan pembelian karena memiliki metode pembayaran yang menyesuaikan					

LAMPIRAN 6 MASTER TABEL DATA LENGKAP 60 RESPONDEN

No	Nama	JK	BKMP	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Total X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
1	Ap	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4	4	5	4	5	4	26
2	R	2	1	3	4	4	3	4	4	4	4	5	35	4	3	4	4	4	4	23
3	Ek	2	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	4	5	4	5	4	27
4	R	2	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22
5	La	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4	4	4	4	5	4	25
6	Ar	2	1	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40	4	5	4	5	4	4	26
7	Sw	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24
8	Ys	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23
9	Nad	2	1	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	5	4	4	5	27
10	Eks	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24
11	Is	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26
12	Oy	2	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22
13	Vy	1	2	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	5	4	5	5	4	5	28
14	Rwd	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
15	p	1	1	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	5	4	4	5	4	26
16	N	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3	4	4	3	4	4	22
17	Rd	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	5	25
18	Er	2	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	5	4	5	4	4	27
19	N	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	4	5	4	25
20	Al	2	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23
21	Sh	2	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	5	4	4	5	27
22	Z	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24
23	Al	1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26
24	Um	2	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22
25	Rp	2	2	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	5	4	5	5	4	5	28
26	Kb	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
27	Ap	1	2	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	5	4	4	5	4	26
28	Rd	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3	4	4	3	4	4	22
29	Pr	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	5	25

30	Sps	2	1	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	5	4	5	4	4	27
31	RL	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	4	5	4	25
32	Kn	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23
33	Nan	2	1	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	5	4	4	5	27
34	Hh	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24
35	Ch	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26
36	M	2	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22
37	Aa	2	1	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	5	4	5	5	4	5	28
38	Cms	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
39	Md	2	1	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	5	4	4	5	4	26
40	Du	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3	4	4	3	4	4	22
41	Hl	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	5	25
42	Hp	2	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	5	4	5	4	4	27
43	Rt	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	4	5	4	25
44	Nl	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23
45	Iw	2	2	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	5	4	4	5	27
46	Ah	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24
47	Sr	2	1	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26
48	Ih	2	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22
49	Lsa	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	5	4	5	5	4	5	28
50	Sa	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
51	Da	2	1	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	5	4	4	5	4	26
52	Njl	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3	4	4	3	4	4	22
53	RM	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	5	25
54	Ss	2	1	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	5	4	5	4	4	27
55	Onp	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	4	5	4	25
56	Fa	2	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23
57	Lsb	2	1	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	5	4	4	5	27
58	Mj	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24

59	Nh	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26
60	Ms	2	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	22

LAMPIRAN OUTPUT SPSS

1.Uji Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Kategori Determinasi (R)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,982[a]	,964	,964	,368

a. Predictors: (Constant), TOTAL

b. Dependent Variable: Y

Kategori Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212,320	1	212,320	1566,049	,000[b]
	Residual	7,863	58	,136		
	Total	220,183	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL

Kategori Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,779	,673		-2,644	,011
	TOTAL	,719	,018	,982	39,573	,000

a. Dependent Variable: Y

2.Karakteristik Responden

Kategori Analisis Deskriptif

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,94	27,69	24,78	1,897	60
Residual	-,976	,462	,000	,365	60
Std. Predicted Value	-1,497	1,535	,000	1,000	60
Std. Residual	-2,650	1,254	,000	,991	60

a. Dependent Variable: Y

Kategori Frequensi

nama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aa	1	1,7	1,7	1,7
	Ah	1	1,7	1,7	3,3
	Al	2	3,3	3,3	6,7
	Ap	2	3,3	3,3	10,0
	Ar	1	1,7	1,7	11,7
	Ch	1	1,7	1,7	13,3
	Cms	1	1,7	1,7	15,0
	Da	1	1,7	1,7	16,7
	Du	1	1,7	1,7	18,3
	Ek	1	1,7	1,7	20,0
	Eks	1	1,7	1,7	21,7
	Er	1	1,7	1,7	23,3
	Fa	1	1,7	1,7	25,0
	Hh	1	1,7	1,7	26,7
	Hl	1	1,7	1,7	28,3
	Hp	1	1,7	1,7	30,0
	Ih	1	1,7	1,7	31,7
	Is	1	1,7	1,7	33,3
	Iw	1	1,7	1,7	35,0
	Kb	1	1,7	1,7	36,7
	Kn	1	1,7	1,7	38,3
	La	1	1,7	1,7	40,0

	Lsa	1	1,7	1,7	41,7
	Lsb	1	1,7	1,7	43,3
	M	1	1,7	1,7	45,0
	Md	1	1,7	1,7	46,7
	Mj	1	1,7	1,7	48,3
	Ms	1	1,7	1,7	50,0
	N	2	3,3	3,3	53,3
	Nad	1	1,7	1,7	55,0
	Nan	1	1,7	1,7	56,7
	Nh	1	1,7	1,7	58,3
	Njl	1	1,7	1,7	60,0
	Nl	1	1,7	1,7	61,7
	Onp	1	1,7	1,7	63,3
	Oy	1	1,7	1,7	65,0
	p	1	1,7	1,7	66,7
	Pr	1	1,7	1,7	68,3
	R	2	3,3	3,3	71,7
	Rd	2	3,3	3,3	75,0
	RL	1	1,7	1,7	76,7
	RM	1	1,7	1,7	78,3
	Rp	1	1,7	1,7	80,0
	Rt	1	1,7	1,7	81,7
	Rwd	1	1,7	1,7	83,3
	Sa	1	1,7	1,7	85,0
	Sh	1	1,7	1,7	86,7
	Sps	1	1,7	1,7	88,3
	Sr	1	1,7	1,7	90,0
	Ss	1	1,7	1,7	91,7
	Sw	1	1,7	1,7	93,3
	Um	1	1,7	1,7	95,0
	Vy	1	1,7	1,7	96,7
	Ys	1	1,7	1,7	98,3
	Z	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	8	13,3	13,3	13,3
	perempuan	52	86,7	86,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Kategori Berapa Kali Membeli

bkmp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali pembelian	42	70,0	70,0	70,0
	2 kali pembelian	14	23,3	23,3	93,3
	lebih dari 3 kali pembelian	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Kategori Distribusi Frekuensi Independent

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	8,3	8,3	8,3
	S	41	68,3	68,3	76,7
	SS	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	10,0	10,0	10,0
	S	43	71,7	71,7	81,7
	SS	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	16,7	16,7	16,7
	S	36	60,0	60,0	76,7
	SS	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	54	90,0	90,0	90,0
	SS	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	8,3	8,3	8,3
	S	50	83,3	83,3	91,7
	SS	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	66,7	66,7	66,7
	SS	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	52	86,7	86,7	86,7
	SS	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	6,7	6,7	6,7
	S	46	76,7	76,7	83,3
	SS	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	33	10	16,7	16,7	16,7
	34	5	8,3	8,3	25,0
	35	5	8,3	8,3	33,3
	36	1	1,7	1,7	35,0
	37	14	23,3	23,3	58,3
	38	6	10,0	10,0	68,3
	39	4	6,7	6,7	75,0
	40	11	18,3	18,3	93,3
	41	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Kategori Distribusi Frekuensi Dependent

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	16,7	16,7	16,7
	S	36	60,0	60,0	76,7
	SS	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	10,0	10,0	10,0
	S	40	66,7	66,7	76,7
	SS	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	49	81,7	81,7	81,7
	SS	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	16,7	16,7	16,7
	S	41	68,3	68,3	85,0
	SS	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	44	73,3	73,3	73,3
	SS	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	6,7	6,7	6,7

	S	43	71,7	71,7	78,3
	SS	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	6,7	6,7	6,7
	S	43	71,7	71,7	78,3
	SS	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Ranks

	bkmp	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Y	1 kali pembelian	42	24,68	1036,50
	2 kali pembelian	14	39,96	559,50
	Total	56		

KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : Nur Hanifah

NIM : 2201010051

Judul Penelitian : Analisis Pengetahuan Perawat Dalam Melakukan Perawatan Pemasangan Infus Terhadap Pasien di Ruang Bedah Ampuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Jumat 13/02/2026	Ahmad Rizal Siregar SE MM	Bab 4 & 6	
2	Sabtu 14/02/2026	Ahmad Rizal Siregar SE MM	Revisi bab 4 pembahasan dan bab 6 [illegible]	
3	Jumat 13/02/2026	Nurlaila Sitanggang	Bab 4 & 6	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	Sabtu 14/02/2026	Nurlaini, S.Pd., M.Pd.	Perbaiki cara penulisan kembalikan hasil terbalikasi pada bab 5	
5	Senin 16/02/2026	Nurlaini, S.P., M.Pd.	ACC BAB IV, V, VI Lanjut seminar hasil	
6				
7				
8				

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	12/01/2026	Ahmad Riza SE.MM	Revisi bab 1 dan 2. tambahkan batasan masalah, tambahkan penelitian sebelumnya. perbaiki penulisan ~~teori~~ tinjauan teori menjadi. tinjauan pustaka, perbaiki rumusan masalah tambahkan landasan teori	
5	15/01/2026	Ahmad Riza SE MM	Penyesuaian tahun referensi. Penulisan bab dengan empat pasnawi tambahkan penelitian sebelumnya 3 lagi, buatkan skema bab 3, perbaiki waktu penelitian	
6	19/01/2026	Ahmad Riza SE.MM	Acc Bab 1, 2 3	
7	22/01/2026	Nurlaila SPd.MM	Bab 1-3	
8	23/01/2026	Nurlaila SPd.MM	Revisi penulisan. tabel terbuka, skema, rumus sampel dihilangkan. Penulisan data kuesioner	

KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI (SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN)

Nama : Nur Hamidah

NIM : 22090008

Judul Penelitian : Pengaruh kuantar produk terhadap keputusan pembelian pada toko buket di kota Padangsidimpuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	16 / 12 / 2024	Ahmad Rizal Nst MM	Acc Judul	
2	16 / 12 / 2025	Nurlaila Spd MM	acc judul	
3	19 / 12 / 2025	Ahmad Rizal Nst MM	Bab 1 dan 2	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
9	23/01/2026	Nurnaida, SP.d, MM	ACC Proposal Lanjut Seminar Proposal	
10				
11				
12				
13				

DOKUMENTASI



















