

## **Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang**

**Karina Ristiyana<sup>1</sup>, Puji Isyanto<sup>2</sup>, Neni Sumarni<sup>3</sup>**

Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn20.karinaristiyana@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>,

neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id<sup>3</sup>.

### **ABSTRACT.**

*The aim of this research is to determine the influence of product innovation and service quality on purchasing decisions at Buket Belikadoyuk Karawang. The method used in this research is a quantitative method. The research was conducted on Bouquet Belikadoyuk Karawang, with a sample size of 96 respondents with a population of Buket Belikadoyuk consumers who specifically live in Karawang Regency. Sampling in this research used a purposive sumpling technique. The research results show that the product innovation variable and the service quality variable at Buket Belikadoyuk Karawang have a positive effect on the purchasing decision variable. So, the more frequently you innovate appropriate products, the more purchasing decisions will be followed. Service quality also has a direct impact on purchasing decisions. This indicates that maintaining good service quality at Buket Belikadoyuk Karawang is very important to improve consumer purchasing decisions. Thus, the better the product innovation and service quality provided by Buket Belikadoyuk Karawang, the consumer purchasing decisions will increase. These findings underline the importance of carrying out product innovation and providing quality services as strategic steps for consumer purchasing decisions.*

**Keywords: Product Innovation, Service Quality, Purchasing Decisions.**

### **ABSTRAK.**

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian dilakukan pada buket belikadoyuk Karawang, dengan jumlah sampel 96 responden dengan populasi para konsumen Buket Belikadoyuk yang khusus berdomisili di Kabupaten Karawang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposiive* sumpling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk dan variable kualitas pelayanan pada Buket Belikadoyuk Karawang berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Maka, semakin sering melakukan inovasi produk yang sesuai, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian. Kualitas pelayanan juga berdampak langsung pada keputusan pembelian, Hal tersebut mengindikasikan bahwa menjaga kualitas pelayanan yang baik pada

Buket Belikadoyuk Karawang sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, semakin baik inovasi produk dan kualitas pelayanan yang disediakan oleh Buket Belikadoyuk Karawang, Maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya melakukan inovasi produk dan memberikan layanan berkualitas sebagai langkah strategis keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci: Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.**

## **PENDAHULUAN**

Salah satu *trend* bisnis yang sedang populer dikalangan generasi muda adalah pembuatan Buket. Buket bunga merupakan kumpulan beragam jenis bunga dan item dekoratif lainnya yang disusun secara kreatif. Buket biasanya dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan perasaan kepada seseorang dan sering diberikan dalam berbagai momen bahagia seperti wisuda, hari ibu, hari guru, ulang tahun, perayaan *anniversary*, pernikahan, dan lain sebagainya.

Salah satu contoh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang ada di Karawang yaitu usaha pada bidang keterampilan yaitu Buket Belikadoyuk. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2019 dan terus berkembang hingga saat ini, usaha ini berlokasi di Dusun Sukawargi, Kecamatan Teluk Jambe Timur, Kabupaten Karawang, milik Erma Rahmawati. Selain Buket bunga terdapat berbagai macam produk Buket yang di jual pada Belikadoyuk Karawang diantaranya, Buket *snack*, Buket uang, Buket boneka, Buket kosmetik dan lain sebagainya. Banyaknya para pelaku usaha Buket yang ada di Kota Karawang ini menjadi tantangan besar bagi Belikadoyuk untuk terus berusaha berinovasi dalam memasarkan produknya agar dapat bersaing dengan pelaku usaha yang lainnya yang serupa.

Pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah pada reputasi yang positif di kalangan konsumen. Pengalaman membeli yang menyenangkan dari pelanggan sebelumnya dapat mempengaruhi keputusan pembelian, baik melalui ulasan online, testimoni, atau rekomendasi dari teman dan kerabat terdekat.

Inovasi produk yaitu elemen utama yang harus diperbaharui oleh sebuah perusahaan jika ingin mempertahankan para pelanggan. Melalui inovasi produk, perusahaan dapat menghadirkan lebih banyak opsi bagi para konsumen serta menghadirkan berbagai pilihan produk yang sesuai dengan preferensi mereka (Ernawati, 2019). Namun, permasalahan yang ada pada Buket Belikadoyuk yaitu pada produk yang kurang bervariasi dan kurang mengikuti trend dibandingkan dari sekian banyak toko online buket yang ada.

Kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh dalam sebuah pengambilan keputusan pembelian barang atau jasa. kualitas pelayanan menjadi penilaian konsumen dan dapat mempengaruhi orang tersebut untuk memutuskan kembali untuk membeli atau tidaknya. (Muharam et al., 2023) Namun terdapat permasalahan yang terjadi pada Belikadoyuk yaitu tidak konsisten dalam merespon pelanggan yang hendak membeli Buket terkadang lambat dan terkadang cepat. Hal ini yang dapat mengakibatkan pelanggan dapat beralih ke toko Buket lain yang lebih cepat dalam merespon pesanan mereka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mutia Nur Arifah, 2020) Pada Boy's Cake and Bakery Mojolaban Sukoharjo, menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk bersama-sama memiliki dampak yang signifikan pada Keputusan Pembelian. Selain itu, (Christy, 2020) pada penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling tinggi pada keputusan pembelian di Jasa Bengkel Las Sinar Baru di Jepara.

Berdasarkan penelitian dari (Ginting dan Sembiring, 2019) Studi menunjukkan yakni dengan kolektif, inovasi produk berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Uis Karo. Dengan cara terpisah, tiap-tiap inovasi produk juga berdampak positif dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Uis Karo.

Tetapi, Berdasarkan faktor-faktor yang sudah mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian sebelumnya, belum ada pemahaman yang jelas tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berlaku terhadap Keputusan Pembelian pada usaha Buket Belikadoyuk. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi seberapa besar dampak inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap variabel lainnya. Metode penelitian kuantitatif dimaknai sebagai pendekatan penelitian berdasarkan dalam filsafat 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 ditetapkan (Sinambela, 2021). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengumpulan data secara online

dengan kuesioner menggunakan alat pengumpulan data berupa *googleform*.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Handayani, 2020). Populasi dalam penelitian ini ialah para konsumen Buket Belikadoyuk yang khusus berdomisili di Kabupaten Karawang.

Menurut Sabar dalam (Nurdin & Hartati, 2019), Sampel adalah sepenggal dari subyek dalam populasi yang ditelaah eksperimen, dan tentunya sanggup secara cakap dan tepat yang dapat mewakili populasinya. Metode sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah *non-probability* dengan menerapkan teknik *Purposive samhpling*. Teknik (*Purposive or Judgment Samhpling*) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti dengan kriteria tertentu (Retnawati, 2019).

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus Hair. Menurut (Welsa et al, 2022) rumus Hair digunakan pada penelitian yang memiliki jumlah populasi yang tidak diketahui pasti siapa saja masyarakat Karawang yang pernah membeli Buket pada Buket Belikadoyuk Karawang. Penentuan jumlah sampel dapat dihitung berdasarkan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel untuk penelitian ini sebagai berikut:

Sampel = jumlah indikator x 8

$$= 12 \times 8 = 96$$

Maka, hasil dari perhitungan menggunakan rumus Hair diatas sejumlah 96 responden.

Kuesioner dipakai sebagai teknik perolehan data dengan memanfaatkan *platform GoogleForm*, berisi pertanyaan yang dimuat dari dimensi dan indikator variabel yang ada. Uji instrumen pada studi riset ini yaitu melakukan uji valliditas dan uji reliabilitas. Pengujian transformasi data dikerjakan dengan cara menggunakan *Metode Method Of Successive Internal* (MSI). Sebelum melakukan uji regresi linear berganda, perlu dilakukan uji klasik, karena syarat untuk melakukan analisis linear berganda adalah bebas dari asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan uji F (pengaruh simultan) dan uji t (pengaruh parsial).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang diamati adalah inovasi produk variabel (X1) dan kualitas pelayanan variabel (X2). Kedua variabel ini merupakan variabel *independent* dan keputusan pembelian sebagai variabel (Y) yang merupakan variabel *dependen*. Hasil angket yang sudah disebarakan melalui *googleform* dapat dilihat pada pejelasan berikut:

#### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk melihat ragam jenis dari responden yang diambil oleh peneliti. Dalam penelitian ini melibatkan 96 responden konsumen Buket Belikadoyuk yang berdomisili di Kabupaten Karawang. Di bawah ini merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan :

**Tabel 1 Hasil karakteristik responden jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	37	39%
Perempuan	59	61%

Sumber : Responden 2023

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak terdapat pada jenis kelamin perempuan dengan jumlah 59 responden dan persentase sebesar 61%.

**Tabel 2 Hasil karakteristik responden berdasarkan usia**

Usia	Jumlah Responden	Persentase
15-20 Tahun	12	13%
21-25 Tahun	59	62%
26-30 Tahun	13	14%
31-35 Tahun	7	7%
36-40 Tahun	4	4%

Sumber : Responden 2023

Pada tabel diatas menunjukan bahwa responden terbanyak terdapat pada usia 21-25 tahun dengan jumlah 59 responden dengan persentase sebesar 62%.

**Tabel 3 Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Bekerja	44	46%
Mahasiswa	33	34%
IRT	11	12%
Pelajar	8	8%

Sumber : Responden 2023

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukan bahwa responden terbanyak terdapat pada jumlah 44 responden (bekerja) dengan persentase sebesar 46%.

## 2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dalam melakukan pengujian penulis menggunakan program SPSS 27. Hasil Uji Validitas menunjukan semua variabel sebanyak 37 pertanyaan, menunjukan bahwa seluruh nilai korelasi *pearson* lebih besar dari 0.361 yang berarti seluruh instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak untuk dilakukan analisis lanjutan.

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Inovasi Produk (X1)	0.947	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.960	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0.977	Reliabel

Sumber : data diolah, SPSS 2023

Kemudian pada Hasil Uji Reliabilitas di atas , dapat disimpulkan bahwa ketiga instrumen penelitian yaitu Inovasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) , dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari angka 0,60 sehingga keterangan dalam kuesioner mampu dinyatakan Reliabel dan Konsisten.

## 3. Uji Transformasi Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode MSI (*method of succesive interval*) untuk mengerjakan transformasi data skala ordinal menjadi data skala interval. Pengolahan data dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak *Microsoft Excel* 2019. Hasil dari proses MSI untuk Semua pertanyaan dalam penelitian ini dapat ditemukan secara terperinci pada lampiran.

## 4. Uji Analisis Regresi Berganda

### a. Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda, diperoleh hasil yang terdapat penjelasan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5 Uji Regresi Linier**

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1.(Constant)	14.083	3.004		4.688	.000
Inovasi Produk	.380	.099	.272	3.837	.000
Kualitas Pelayanan	1.321	.087	1.072	15.099	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah, SPSS 2023

Persamaan regresi yang dibuat berdasarkan tabel di atas adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4.695 + 0.380X_1 + 1.321X_2$$

Berikut ini adalah untuk menginterpretasikan model tersebut :

1. Konstanta (a) Keputusan Pembelian (Y) sebesar 14.083 yang menyatakan apabila variabel *independent* yaitu Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sama dengan nol, maka Keputusan Pembelian sebesar 14.083.
2. Nilai koefisien regresi pada Inovasi Produk (X1) adalah sejumlah 0.380. Hal ini menunjukkan variabel Inovasi Produk (X1) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Inovasi Produk (X1) ditingkatkan maka variabel Keputusan Pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 1.321. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh secara positif (searah) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini berarti apabila variabel Kualitas Pelayanan (X2) ditingkatkan, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) juga akan

mengalami peningkatan.

## b. Koefisien Determinan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan peneliti, hasil variabel dependen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 6 Uji Koefisien Determinan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 <sup>a</sup>	.790	.785	3.884

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk 1, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Diolah, SPSS 2023

Nilai koefisien determinan sebesar 0.785 dipersenkan menjadi 78.5%, Hal ini menggambarkan bahwa variabel Inovasi Produk (X1), dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) memberikan pengaruh sebesar 78.5%, terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sementara sisanya 21,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## c. Pengaruh Parsial Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Uji t)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 27, Diperoleh hasil hipotesis (uji t) yang dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 7 Uji Hipotesis secara Parsial**

Coefficiens a						
Model		Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.083	3.004		4.688	.000
	Inovasi Produk	.380	.099	.272	3.837	.000
	Kualitas Pelayanan	1.321	.087	1.072	15.099	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



---

Sumber: Data Diolah, SPSS 2023

Berikut uraian hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan pengaruh parsial variabel Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang :

1. Variabel Inovasi Produk (X1)

Mempunyai nilai derajat t-hitung sebesar  $3.837 > t\text{-tabel}$  sebesar 1.661 dan taraf signifikansi  $0,000 < 0.05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya variabel Inovasi Produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Buket Belikadoyuk Karawang.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Mempunyai nilai derajat t-hitung sebesar  $15.099 > t\text{-tabel}$  sebesar 1.661 dan taraf signifikansi  $0,000 < 0.05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa H2 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Buket Belikadoyuk Karawang.

**d. Pengaruh Simultan Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Uji F)**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 27, Diketahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel *independent* terhadap variabel dependen pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8 Uji Hipotesis secara Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5277.981	2	2638.990	174.908	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1403.175	93	15.088		
	Total	6681.156	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk

---

Sumber: Data Diolah, SPSS 2023

Dari hasil pengujian yang diperoleh, terdapat nilai Fhitung sebesar 174.908,

sementara nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.09, sedangkan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$ . Yang artinya  $H_3$  diterima. Maka, Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Buket Belikadoyuk Karawang.

## **Pembahasan**

Dalam hasil rumusan masalah secara deksriptif dan verivikatif dalam penelitian ini dapat ditemukan dalam penjelasan berikut ini:

### **1. Inovasi Produk Pada Buket Belikadoyuk Karawang**

Produk yg dijual pada Buket Belikadoyuk Karawang terbilang sudah memiliki kualitas produk yang sudah baik. Perlu adanya peningkatan pada inovasi produk dari segi bentuk Buket, variasi dari beragam macam bunga, bahan kertas yang dipakai ataupun keunikan dari kreasi dari Buket itu sendiri. Mereka yang memiliki pikiran inovatif terus-menerus berusaha mencari ide untuk membuat segalanya menjadi lebih baik, maka akan memberikan sesuatu yang baru atau unik dari apa yang telah ditawarkan. (Meilani & Wangdra, 2024). Meskipun produk Buket Belikadoyuk Karawang yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga yang murah tetapi jika kualitas buket kurang dan produk tidak bervariasi membuat konsumen tidak tertarik dalam melakukan keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang, apalagi melihat persaingan penjualan Buket di Karawang semakin ketat yang mengharuskan pelaku usaha harus selalu berinovasi dalam mengembangkan produknya.

### **2. Kualitas Pelayanan Pada Usaha Buket Belikadoyuk Karawang**

Loyalitas dan kepercayaan konsumen dapat dibangun dari kualitas pelayanan yang baik, Oleh karena itu hal yang mencakup kualitas pelayanan harus selalu dilakukan evaluasi. Menurut Fatmala dan Fatihah dalam (Alfiatun & Adji, 2022) layanan berkualitas tinggi memiliki dampak yang menguntungkan pada pembelian akhir konsumen. Strategi proses yang dilakukan oleh toko Buket Belikadoyuk Karawang adalah peningkatan kinerja karyawan, kecepatan dalam merangkai jenis buket, respon dalam melayani konsumen serta kemudahan melakukan pemesanan, pembayaran dan jasa delivery. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Belikadoyuk Karawang harus bisa lebih baik lagi karena hal yang membuat pelanggan kembali membeli ulang produk di belikadoyuk Karawang

karena kesan pertama yang diberikan oleh Belikadoyuk Karawang baik segi kualitas produk, inovasi produk maupun kualitas pelayanan jasa yang diberikan terhadap konsumen. Untuk sukses dipasaran yang kompetitif dan memenangkan pelanggan, sangat penting bagi para pelaku usaha bisnis untuk fokus pada penyediaan layanan berkualitas tinggi (Bayu et al, 2020).

### **3. Keputusan pembelian Pada Usaha Buket belikadoyuk Karawang**

Mempelajari proses keputusan pembelian pelanggan tidaklah mudah karena mereka mempertimbangkan berbagai unsur dalam memilih sebuah produk pada Buket Belikadoyuk Karawang. Lubis dalam (Fachruddin Arrazi & Adji, 2024) menjelaskan bahwa sebelum melakukan pembelian, pelanggan melewati tahap penilaian dimana mereka mengevaluasi berbagai hal berdasarkan seberapa banyak mereka ingin membelinya. Keputusan pembelian dari konsumen terhadap produk belikadoyuk Karawang memang setiap bulannya tidak sama, ini disebabkan konsumen buket di belikadoyuk karawang memesan dan membeli produk itu ketika terdapat momen dan acara yang khusus. Dari hasil observasi peneliti tersebut menunjukkan faktor yang banyak dipilih oleh konsumen yaitu faktor kualitas pelayanan sehingga buket belikadoyuk Karawang harus meningkatkan pelayanan yang dilakukan oleh Buket Belikadoyuk. Tidak lupa juga untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produknya dengan selalu mengikuti *trend* yang sedang berkembang agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang serupa.

### **4. Pengaruh Inovasi produk terhadap keputusan pembelian buket Belikadoyuk Karawang**

Inovasi produk memiliki dampak signifikan lebih kecil dari 0.05 dapat diartikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buket Belikadoyuk di Karawang. Hal tersebut juga menyatakan bahwa  $H_1$  di terima karena terdapat pengaruh secara parsial antara variabel inovasi produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Pada *standarrized coefficient* beta pada varoiabel inovasi produk menunjukkan angka 0.843 atau 84,3% mempengaruhi keputusan pembelian buket belikadoyuk Karawang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat inovasi produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Hasil Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suhendri, 2019) Pada Restoran A&W Supermall Karawaci, menyebutkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Inovasi produk yg diberikan Toko Buket Belikadoyuk Karawang tentunya dilakukan untuk meningkatkan ketertarikan para konsumen sesuai kinerja, kehandalan, kesesuaian,

keistimewaan, daya tahan, servisciability, dan estetika guna untuk meningkatkan pembelian buket pada buket Belikadoyuk Karawang.

## **5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian buket Belikadoyuk Karawang**

Kepercayaan konsumen dapat dibangun dari kualitas pelayanan yang baik. Terbukti dari hasil pengujian nilai  $t$ -hitung sebesar  $17.100 > t$ -tabel sebesar  $1.661$  dengan signifikansi  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$  yang menunjukkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pada *standarrized coefficient* beta pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka  $0.870$  atau  $87\%$  mempengaruhi keputusan pembelian buket belikadoyuk Karawang. Maka, dapat di artikan bahwa  $H_2$  dapat di terima. Terdapat pengaruh parsial antara variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fenny Krisna Marpaung, 2021) Pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe, menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

## **6. Pengaruh simultan Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Bucket* Belikadoyuk Karawang**

Berdasarkan hasil uji  $F$  diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dan nilai  $F$ hitung  $174.908 >$  nilai  $F$ tabel  $3.09$  yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada buket Belikadoyuk Karawang. Temuan ini serupa dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kumrotin & Susanti, 2021) yang menunjuk bahwa Inovasi Poduk dan Kualitas Pelayanan mempunyai kecenderungan hubungan yang berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pada analisis data serta uji hipotesis yang sudah dilakukan melalui penyebaran angket/kuesioner sesuai dengan pembahasan, disimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan selalu mengembangkan inovatif pada produk Buket, penggunaan teknologi yang maksimal, dapat memikat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.
2. Memprioritaskan kualitas pelayanan dapat membangun hubungan yang kuat dengan

pelanggan mereka, menciptakan loyalitas, dan membedakan diri mereka dari pesaing pasar yang serupa sekaligus dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang.

3. faktor-faktor seperti inovasi produk, kualitas produk, kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang.
4. Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada produk buket Belikadoyuk Karawang.
5. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk buket Belikadoyuk Karawang.
6. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Buket Belikadoyuk Karawang.

## **Saran**

Dari temuan dalam penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah:

1. Buket Belikadoyuk Karawang dapat melakukan inovasi dengan menambahkan beragam macam bunga yang lebih bervariasi agar banyak pilihan menarik bagi konsumen yang mencari sesuatu yang unik dan berbeda. Desain buket yang lebih inovatif dan kreatif agar memiliki banyak pilihan sesuai dengan preferensi mereka, disertai dengan kualitas produk yang bagus agar konsumen puas dengan hasil buket yang mereka inginkan. Selain itu dibantu dalam pemasaran produknya dengan cara membuat konten video pendek maupun foto Buket yang kekinian di media sosial agar dapat mudah diketahui oleh para calon konsumen. Dapat diketahui bahwa saat ini jenis buket sudah sangat beragam sehingga harus bisa dikembangkan dengan mengikuti *trend* yang ada agar tetap eksis dan siap bersaing dengan para pelaku usaha serupa.
2. Kualitas pelayanan Buket Belikadoyuk Karawang harus mampu menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan sehingga memberikan *experience* positif bagi pelanggan yang juga akan berdampak pada kepuasan konsumen sekaligus dapat mempengaruhi keputusan pembelian kembali pada produk buket Belikadoyuk Karawang. Dengan penataan bunga yang menarik pelanggan yang melihat akan merasa tertarik, pelayanan yang ramah dan mendengar keluhan ataupun permintaan para pelanggan akan membuat mereka merasa dihargai, pembuatan Buket yang tepat waktu dan kualitas Buket yang konsisten sesuai dengan perjanjian yang sudah dibuat itu dapat meyakinkan pelanggan setiap akan berbelanja ulang kembali,

respon yang cepat dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas para pelanggan, serta memberikan jaminan berupa garansi penggantian barang jika produk rusak ataupun tidak sesuai yang konsumen inginkan dapat membuat mereka yakin dan puas ketika akan berbelanja kembali.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya :

1. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan dapat menyelidiki masalah yang ada dengan lebih rinci mengenai permasalahan yang dihadapi pada belikadoyuk Karawang. Disarankan menambah variabel-variabel lain agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:**

Afandi, P. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.

Alfiatun, N. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Food di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 1206.

Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung. *Jimm Unikom*, 62-75.

Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.

Bariroh. (2019). Sikap: Konsep dan Pengukuran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Volume 2, No.2.  
Yogyakarta: Fisip UPN,Veteran" Yogyakarta.

Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.

Christy. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru di Jepara PPNI Jepara

D. B Prasetyo. (2020). Minat Beli Konsumen Terhadap Buah di Pasar Gamping.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 6 No 11 (2024) 8568 – 8584 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i11.2652

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hi Jack Sandals* Bandung. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 No1.

Fachruddin Arrazi, M., & Adji, W. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian : *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3857–3868. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.141>

Ginting dan Sembiring. (2019). *The Effect of Product Innovation, Product Quality And City Image on Purchase Decision of Uis Karo Woven Fabric*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Garaika. (2019). *Brand Equity ten*, Strategi memimpin pasar. Jakarta. PT Gramedia pustaka utama. Handayani, Ririn. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.

Indriani, Kadek, dkk. (2019). Analisis Penerapan Konsep Kesatuan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Buleleng. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, Vol: 10 No:2

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>

Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2019): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Marpaung, Fenny Krisna, Markus Willy Arnold Simarta, Asyifa Sofira dan Silvia Aloyna. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. Jurnal Manajemen STIE Medan. 7(1).

Maruli Tua. (2022). Pengaruh Komunikasi antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Muharam, S., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada UMKM Mie Cihuy Karawang. *El-Mal: Jurnal*

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 6 No 11 (2024) 8568 – 8584 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i11.2652

*Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 708–720.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.4986>

Mutia. Arifah Ayu Nur. (2020). dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Boy's Cake and Bakery Mojolaban). Surakarta: Skripsi diterbitkan.

Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian di Pesona Coffee Batam. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 369–380

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial.

Ramdan. T & Sufyani. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Madoe Honey Ipb. Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Rini Kartika dan Nanik Hariyani. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6, no. 2 (2019): 113.

Rachman. Komunikasi Inovasi. Pekanbaru: Unri Press, (2021).

Rahayu, E. T. (2013). *Strategi Pembelajaran Pendidikan Jasmani*. Bandung:

Alfabeta. Retnawati, H. (2019). Teknik pengambilan Sampel. FMIPA Pend.

Matematika UNY, 1-11. Suparnyanto dan Rosad. (2019) . Pengaruh

Promotional Mix Pada Peningkatan Volume Penjualan

Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto

Suhendri. (2019). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Tunas Jaya Utama. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (MBEP)*

Swastha dan Irawan, (2019), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : *Liberty*

Sinambela, Lijan Poltak dan Sarton Sinambela. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik. Depok: Rajawali Pers.

Utari, Reni Cristina, Sudiro Pambudi, Inflasi di Indonesia Karakteristik dan Pengendaliannya Bank Indonesia Institute. (2023).

Umar. (2019) *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan*



# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 6 No 11 (2024) 8568 – 8584 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i11.2652

Akuntansi.

Welsa, H., Cahyani, P. D., & Riyana, R. (2022). Pengaruh experiential marketing dan brand image terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Forum Ekonomi*, 24(2), 433–445. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10848>.