

PENGARUH IKLAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK MEMBELI KEBAYA

¹Tolona Gea, ¹Noritarni Hulu, ¹Maretta Ginting

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan

Email: tolonatg@gmail.com, gintingmaretta11@gmail.com

ABSTRACT

This Study Aims to determine how consumers' decisions to purchase Agape Tailor UMKM kebaya goods at Medan's Petisah Market are influenced by digital marketing and product quality. The sample and research consisted of 95 people, including clients and staff of the Agape tailors at the Petisah Medan market. Non-probability sampling is the sampling strategy used, and multiple linear regression analysis is the data processing method used. The results of the study indicate that the variables of digital marketing (X1) and product quality (X2) have a significant and positive impact on the variables of purchasing decision (Y) and digital marketing, respectively. (Y), whereas the purchasing decision variable is positively and significantly impacted by the product quality variable (X2). The value of Fcount (14.242) > Ftable (3.09), or sig. equal to $0.000 < 0.05$, indicates that each variable has an impact at the same time. The variables of Product Quality and Purchasing Decision account for 64.8% of the explanation of digital marketing. SPSS V26 software tools are used to statistically process the data.

Keyword: service quality; premiums; participant satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern, persaingan semakin ketat. Untuk tetap bersaing di pasar, perusahaan harus memaksimalkan kinerja mereka. Perusahaan membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Tekstil diubah menjadi pakaian jadi di salah satu toko jahit Agape. Pengiklanan digital sangat penting untuk mempertahankan perusahaan di tengah banyak pesaing yang bersaing. Seperti yang dijelaskan oleh Sipayung & Purba (2021),

Tujuan perusahaan jahit Agape adalah untuk mengubah tekstil menjadi pakaian jadi yang mudah diakses oleh pelanggan. Untuk sukses dalam bisnis penjahit agape, yang sangat penting dalam pembuatan pakaian, Anda harus tahu tentang keinginan pelanggan untuk menjahit pakaian dan tren mode. Anda dapat mempertimbangkan katalog online produk jahitan Agape saat membuat keputusan. Ketika pelanggan ingin menggunakan produk jahit Agape, mereka dapat memeriksa kualitas, jenis, pemesanan, dan harga promo.

Konsumen juga dapat melakukan

pemesanan secara online dengan menggunakan toko online yaitu, facebook, tiktok, dan whatsapp. Hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Didukung oleh (Ginting et al., 2023)

Kesimpulannya, keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen menemukan dan memproses suatu barang atau jasa sebelum menentukan kebutuhan dan keinginan mereka.

METODE

Penelitian deskriptif bersifat kuantitatif. Sugiyono (2019:7) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif, yang berbasis filsafat positivisme, dapat diterapkan baik untuk populasi maupun sampel. Penelitian deskriptif kuantitatif menghasilkan data dalam bentuk angka.

HASIL

Uji Validitas Data

Validitas, menurut Sudjana (2004: 12), berkaitan dengan seberapa tepat alat penilaian menilai ide-ide yang dinilai

sehingga dapat memberikan penilaian yang tepat.

Dalam penelitian dijelaskan hasil validitas variabel Digital Marketing pada table 4.35 sebagai berikut:

Tabel 4.35
Uji Validitas Digital Marketing

Butir	Correlation <i>r_{hitung}</i>	Sig	<i>r_{tabel}</i>	Kriteria
1	0,860	0,05	0.3610	Valid
2	0,867	0,05	0.3610	Valid
3	0,912	0,05	0.3610	Valid
4	0,831	0,05	0.3610	Valid
5	0,875	0,05	0.3610	Valid
6	0,780	0,05	0.3610	Valid
7	0,831	0,05	0.3610	Valid
8	0,875	0,05	0.3610	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 26 (2024)

Dari Tabel 4.37, disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} (Corrected Item-Total Correlation) > r_{tabel} sebesar 0.3610, $n=30-2=28$

Uji Reliabilitas Data

Menurut Ghazali (2009:98) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk.

Uji Reliabilitas Digital Marketing

Uji Reliabilitas Digital Marketing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	8

Sebagai hasil dari uji reliabilitas, Tabel 4.38 menunjukkan bahwa pernyataan adalah reliabel.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.58839310
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.053
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Normalitas

Tabel di atas, menunjukkan bahwa data residual tersebut terdistribusi secara normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7,060	1,429		,000
	Kualitas Pelayanan	,298	,033	,639	,000
	Premi	,205	,057	,254	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Hasil Data Diolah *Software Statistic* 26, 2024

Persamaan Regresi diperoleh:
 $Y = 7,060 + 0,298 X_1 + 0,205 X_2 + e$

Penjelasan: (1) Nilai Konstanta Sebesar 7,060 menyatakan kepuasan peserta di BPJ Kesehatan KC. Sibolga akan bernilai 7,060 jika variabel premi dan kualitas pelayanan dianggap nol. (2) Dengan koefisien kualitas pelayanan

(X_1) sebesar 0,298 kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,298 untuk setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan. (3) Dengan koefisien premi (X_2) sebesar 0,205 kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,205 untuk setiap kenaikan premi

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-2.413	.419		.000
	Digital Marketing X1	.037	.008	.045	.000
	Kualitas Produk X2	.486	.005	1.002	.000
a. Dependent Variable: Y					

Uji Simultan (Uji F)

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	612.711	2	306.356	14.242	.000 ^b
	Residual	1979.015	92	21.511		
	Total	2591.726	94			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Y						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk X2, Digital Marketing X1						

Sumber: Hasil Diolah 2023. SPSS V26.

Tabel 4.55 ANOVA menunjukkan bahwa ada signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan variabel digital marketing keduanya

memengaruhi keputusan pembelian; signifikansi ini sesuai dengan taraf signifikansi 0,05 dan hanya memiliki signifikansi di bawah 0,05.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis, diskusi tentang penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Menunjukkan bahwa iklan digital berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk kebaya di pasar petisah medan UMKM penjahit agape.
2. H2: Menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang dibuat pembelian produk kebaya pada pasar petisah medan UMKM penjahit agape.
3. H3: Menunjukkan bahwa variabel pemasaran digital dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kebaya pada UMKM penjahit agape pasar petisah medan.

2. Pada UMKM Penjahit Agape, yang berlokasi di pasar Petisah Medan, keputusan untuk membeli kebaya dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk.
3. Kualitas produk dan iklan digital secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya pada UMKM Penjahit Agape di Pasar Petisah Medan

REFERENSI

- Abidin, Zainal, Syahmardi Yacob, and Edward. 2022. "Kualitas Layanan Mobile Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Memilih Layanan Mobile Jaminan Kesehatan Nasional (Jkn) Di Bpjs Kesehatan Kota Jambi Zainal." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3 (5): 485–96. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.984>.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asir, Mutiara Islam, Kadunci, and Ni

SIMPULAN

1. UMKM Penjahit Agape di pasar Petisah Medan mengalami dampak positif signifikan dari penggunaan iklan digital.

- Made Widi. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan." *Jurnal Administrasi Profesional* 03 (1): 1–9.
- Azmi, Faradila Permata, Nurbaiti, and Muhammad Ikhsan Harahap. 2023. "Pengaruh Pelayanan Dan Besaran Premi Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Pada PT Sun Life Financial Syariah Cabang Medan)." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3 (2): 5667–87.
- BPJS Kesehatan. 2024. "Transformasi Mutu Layanan Mudah, Cepat Dan Setara." 2024.
- ahyani, Alfina, Rohma Septiawati, and Meliana Puspitasari. 2023. "Pengaruh Pendapatan Premi Dan Hasil Investasi Terhadap Laba Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah." *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma* 22 (2): 127–41.
<https://doi.org/10.29303/aksioma.v22i2.216>.
- Devi, Putri Oktaviani, and Ramayani Yusuf. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Massa Coffee Shop Bandung." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6 (1): 228–32.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.496>.
- Faizah, Siti Nur, and Jihad Lukis Panjawa. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Kesehatan Kc Magelang." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 9 (3): 145–53.
<https://doi.org/10.23960/jep.v9i3.128>.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Resti Siti Cahyati, and Maya Setiawardani. 2018. "Service Quality Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 3 (2): 13–23.
<https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i2.930>.
- Idahwati, and Ernita Siagian. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Rilek's Medan." *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial* 1 (1): 208–13.
- Idahwati, and Marupa Siregar. 2021. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Reihan Property Medan." *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial* 3 (2): 384–90.
- Indrasari, Meithiana. 2019. "Pemasaran Dan Kepuasan Peserta." In , 1–106.
- Surabaya: Unitomo Press.
- Kesehatan, BPJS. 2023. "Profil BPJS Kesehatan." 2023.
<https://www.bpjs-kesehatan.go.id>. Diakses 23 Mei 2023.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Krisdianti, and Dika Lambang. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square." Universitas Brawijaya.
- Lasut, Richard F., Silvy L. Mandey, and Arrazi Hasan Jan. 2021. "AnalisisPengaruh Kualitas Pelayanan Dan Besaran Premi Terhadap Tingkat Kolektibilitas Dan Kepuasan Peserta Sebagai Variabel Intervening Pada BPJS Kesehatan Cabang Manado." *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 07 (02): 633– 45.

- Maghfiroh, Lisa Novianni, and Hilda Syaf'aini Harefa. 2019. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 3 (1): 50–64.
- Markonah, Markonah. 2021. "Analysis Relates to The Role of Premium Income, Claim Expenses, Investment Result and Risk Based Capital (RBC) Against the General Insurance Companies' Profits Income (Case Study on General Insurance Which Registered in The Indonesia Stock Exchange)." *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 2 (2): 135–49. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i2.856>.
- Mulyawan, Setia. 2019. *Manajemen Resiko*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rendy. 2019. *Pengertian Premi Asuransi Dengan Fungsi Dan Jenis Komponennya*. Jakarta. Diakses dari <https://www.prosesbayar.com>. Pada tanggal 14 Juli 2021
- Rosyidi, M. Imron, I Wayan Sudarta, and Eko Susilo. 2020. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Gosyen Publishing.
- S, Buenita, Perry Boy Chandra Siahaan, and Nina Safitri. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial." *Jurnal Kesmas Asclepius* 5 (2): 196–208. <https://doi.org/10.31539/jka.v5i2.7972>.
- Simanihuruk, Peran, Zilfana, Antonius Prahendratno, Darwis Tamba, Roslinda Sagala, Roby Ahada, Mery Lani Br Purba, Deddy Rakhmad Hidayat, and Sitti Hartini Rachman. 2023. *Memahami Perilaku Konsumen : Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital*. Edited by Efitra, Sepriano, and Andra Juansa. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional Dan Internasional)*. Edited by Sunarto. Alfabeta Bandung. Bandung: Alfabeta CV. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>.
- Suma, Muhammad Amin, and lim Qo'immudin Amin. 2020. *Asuransi Syariah Di Indonesia : Telaah Teologis, Historis, Sosiologis, Yurudus, Dan Futurologis*. Jakarta.
- Tambunan, Elisabet, and Marupa Siregar. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Pada PT. Pas Transport Medan." *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial* 4 (2): 430–37.
- Tambunan, Formaida, Mery Lani Br Purba, and Elisabet Tambunan. 2023. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. Makmur." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6 (2): 870–76. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1956>.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Edited by Anastasia Diana. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang. 2004. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2004 Tentang

- Sistem Jaminan Sosial Nasional.”
———. 2011. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.”
- Yandi, Andri. 2019. “Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan (Survey Pada BRI Kcp Unit Kuamang Kuning Kabupaten Bungo).” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 4 (1): 156–62.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.83>.
- Yuarsa, Tri Agus, Sari Nurulita, and Nafiah Ariyani. 2022. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Pemerintah UNtuk Masyarakat Umum.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 6 (2): 344–58.
- Zain, Sitti Fatimah, and Andi Surahman Batara. 2021. “Faktor Yang Berhubungan Dengan Kepatuhan Membayar Iuran BPJS Mandiri Pada Pasien Di RSUD Kabupaten Mamuju.” *Window of Public Health Journal* 2 (4): 689–98.
<https://doi.org/10.33096/woph.v2i4.221>.
- Ginting, M., Sirait, R. T. M., & Harefa, H. S. (2023). Pengaruh Service Excellence dan Handling Complaint Terhadap Kepuasan Pemustaka Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 8(1), 165.
<https://doi.org/10.30829/jupi.v8i1.15692>
- Sipayung, A., & Purba, K. (2021). the Effect of Motivation, Workload, and Work Environment on Employee Performance Through Job Satisfaction As the Intervening Variable At the Environmental Services Office of Deli Serdang Regency. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), 120–129.