

Pengaruh Penerapan Iso 9001 dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian

Amelia Sholeha ^{1*}, Mayang Sari ², Bunga Cintia ³, Alifah Sajidah ⁴,
Firda Alfi Ningtyas ⁵

¹⁻⁵ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

Korespondensi penulis: ameliadarsi93@gmail.com

Abstract. *This study examines the effect of ISO 9001 implementation and product quality on Purchasing Decisions. This study uses a quantitative method with primary data through a survey to collect data. Respondents in this study were employees of PT Epson Indonesia, with the number of employees who were sampled was 30 employees. The sampling method used in the study was purposive sampling, while the data processing method used the Corrected Item to Total Correlation method for validity testing and the Cronbach's Alpha method for reliability testing. The results showed that from 15 question instruments related to the ISO 9001 variable, product quality, and Purchasing Decisions were declared valid with a significant percentage of 0.05 or 5% and were declared consistent/reliable with Cronbach's alpha of $0.938 > 0.60$.*

Keywords: *ISO, Quality, Decision*

Abstrak. Penelitian ini menguji pengaruh penerapan ISO 9001 dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer melalui survei untuk mengumpulkan data. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT Epson Indonesia, dengan jumlah karyawan yang menjadi sampel adalah 30 orang karyawan. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah purposive sampling, sedangkan metode pengolahan data menggunakan metode Corrected Item to Total Correlation untuk uji validitas dan metode Cronbach's Alpha untuk uji reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 15 instrumen pertanyaan terkait variable ISO 9001, kualitas produk, dan Keputusan pembelian dinyatakan valid dengan persentase signifikan sebesar 0,05 atau 5% dan dinyatakan konsisten/ reliabel dengan Cronbach's alpha sebesar $0,938 > 0,60$.

Kata kunci: ISO, Kualitas, Keputusan

1. LATAR BELAKANG

Menerapkan standar ISO 9001 dalam manajemen kualitas telah menjadi pendekatan strategis bagi bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk yang ditawarkan. Standar ISO 9001 adalah standar internasional yang meningkatkan sistem manajemen mutu dengan tujuan mengurangi keluhan pelanggan dan mempercepat proses bisnis. Penerapan ISO 9001 tidak terbatas pada manajemen internal perusahaan; hal ini juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dalam hal meningkatkan kualitas produk

Versi terbaru dari standar ISO 9001 menekankan pemikiran berbasis risiko dan kepatuhan terhadap standar operasional yang telah ditetapkan. Mengadopsi ISO 9001 dalam pengelolaan kualitas produk dapat meningkatkan kualitas produk dan mengurangi biaya, terutama di industri manufaktur dan konstruksi Selain itu, terbukti bahwa penerapan ini meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan dan produk perusahaan (Evi & Gantino, 2023)

PT EPSON mengalami beberapa masalah dalam implementasi ISO 9001, khususnya pada penerapan iso 9001 dan kualitas produk sesuai dengan hasil penelitian sementara di perusahaan tsb. Dibawah hasil kuisisioner sementara yang penulis bagikan kepada responden untuk mengetahui permasalahan yang ada.

Tabel 1. Hasil Kuisisioner Sementara

No	Pernyataan	YA	TIDAK
1.	Perusahaan sudah menerapkan iso 9001	YA	
2.	Pimpinan senantiasa mengarahkan dalam bekerja berdasarkan pada SOP yang ada	YA	
3	Perusahaan senantiasa memberikan pengarahan tentang iso 9001		TIDAK
4	Perusahaan sudah dilakukan coaching secara rutin oleh atasan		TIDAK
5	Ada reward apabila karyawan mampu mengimplementasikan ISO 9001		TIDAK

Dari hasil kuisisioner menyatakan bahwa penerapan iso 9001 dan kualitas produk masih perlu di tingkatkan, karena masih banyak karyawan yang menjawab tidak dan hal ini telah diteliti oleh Melyana, dan zahrida yang menyatakan Penerapan iso 9001 dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, penelitian ini didukung oleh (Sisrahmayanti & Muslikh, 2022) dengan hasil hipotesis yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai koefisiemn sebesar 0,584 dan nilai signifikan 0,000.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang menerapkan sistem manajemen kualitas ISO 9001 lebih mampu memenuhi janji kepada pemasok, mempercepat pengelolaan hutang jangka pendek, dan mempertahankan efisiensi operasional yang lebih tinggi dibandingkan dengan bisnis yang tidak menerapkan sistem tersebut (Zimon & Zimon, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi ISO berdampak pada manajemen internal dan pilihan pembelian pelanggan, terutama di industri yang sangat kompetitif. Selain itu, implementasi ISO 9001 sering menjadi masalah, terutama bagi bisnis kecil dan menengah, karena biaya implementasi dan adaptasi yang tinggi. Namun, manfaat jangka panjang dari penerapan standar ini adalah peningkatan kualitas produk, penurunan risiko produksi cacat, dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis PT. EPSON INDONESIA telah menerapkan Iso 9001 Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian. Hal ini penting

diteliti untuk mengetahui apakah perusahaan telah memenuhi kriteria yang baik dalam penerapan iso 9001 dan kualitas produk pada keputusan pembelian.

2. TINJAUAN TEORI

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen akan sukarela membeli produk yang telah ditentukannya. Dengan keputusan pembelian yang tinggi akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi (Tua et al., 2022). Keputusan pembelian adalah sebuah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang dapat melibatkan proses pertimbangan seperti produk atau jasa apa yang akan dibeli serta kualitasnya, berapa banyak, bagaimana cara membeli barang atau jasa tersebut (Maryati & Khoiri.M, 2021).

Menurut Fandy Tjiptono dalam keputusan pembelian diambil ketika konsumen memahami suatu masalah, mencari informasi atau merek produk tertentu, dan memutuskan alternatif terbaik mana yang tersedia untuk menyelesaikan masalah tersebut mengevaluasi apakah masalah. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Produk dengan kualitas tinggi dan harga yang sesuai cenderung menarik lebih banyak pembeli.(Njonge, 2023) sedangkan menurut (Bancin Budiman John, 2021) pengertian keputusan pembelian adalah sebuah proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen atau pelanggan.(Astuti et al., 2023).

Dari teori diatas maka penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang terdiri dari beberapa langkah, seperti mengidentifikasi masalah, mencari informasi, mengevaluasi opsi, dan akhirnya membuat keputusan untuk membeli. Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan perilaku konsumen sangat memengaruhi keputusan pembelian ini. Produk dengan kualitas tinggi dan harga yang sesuai akan lebih cenderung dipilih oleh konsumen karena mampu memberikan nilai lebih dalam menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Perilaku konsumen, seperti preferensi dan pertimbangan pribadi, juga sangat penting dalam proses pengambilan keputusan ini. Dengan demikian, produk yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang sesuai akan lebih cenderung dipilih oleh konsumen.

Kotler dan Armstrong dalam (Okky Novianto et al., 2024), tahapan keputusan pembelian terdiri dari:

- a. Pengenalan masalah (*Problem Recognition*): adalah proses dimana seorang konsumen menyadari bahwa ada suatu kebutuhan atau masalah yang harus diselesaikan
- b. Pencarian informasi (*Information Search*): setelah mengidentifikasi kebutuhan konsumen akan mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut, dengan cara pencarian informasi, pencarian ini bisa dilakukan secara internal maupun eksternal.
- c. Penilaian alternatif (*Evaluation of Alternatives*): kemudian konsumen akan mengevaluasi apa saja yang mereka butuhkan, mereka juga akan membandingkan merek, kualitas, harga, dll sesuai dengan informasi yang mereka dapatkan
- d. Keputusan membeli (*purchase desition*): setelahnya konsumen akan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan pengalaman dan informasi sebelumnya
- e. Perilaku setelah membeli (*postpurchase behavior*): setelah melakukan pembelian konsumen akan menilai kembali produk tersebut, apakah produk yang dibeli telah memenuhi standar kualitas dan sesuai harapan mereka ataupun tidak. Konsumen yang puas akan suatu produk akan membeli kembali produk tersebut dan merekomendasikannya kepada oranglain, sedangkan konsumen yang kecewa melakukan sebaliknya.

Pengertian Iso 9001

ISO 9001 adalah standar internasional yang dikeluarkan oleh International Organization for Standardization (ISO) yang menetapkan standar untuk sistem manajemen kualitas (QMS). ISO 9001 menerapkan fokus pada pendekatan berbasis risiko, kontrol proses, dan peningkatan berkelanjutan. Perusahaan dapat menggunakan standar ini untuk membuat barang atau layanan yang selalu memenuhi kebutuhan pelanggan sambil meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan (Ramdass & Nemavhola, 2018). Studi menunjukkan bahwa penerapan ISO 9001 meningkatkan kualitas produk dan manajemen risiko rantai pasokan perusahaan. Salah satu studi menunjukkan bahwa penerapan ISO 9001 membantu perusahaan dalam manajemen pemasok dan memastikan kualitas input yang lebih baik untuk proses produksi (Zimon & Zimon, 2019).

ISO 9001 adalah komponen dari Manajemen Kualitas Total (TQM), dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kualitas produk. Dengan mengikuti standar ini, organisasi dapat mencapai kepuasan pelanggan dan memperoleh sertifikasi ISO 9001 (Insan & Indonesia, 2023). ISO 9001 dapat dengan baik memberikan kepercayaan melalui hubungan yang diharapkan dengan pelanggan untuk tujuan

meningkatkan dukungan pelanggan dalam jangka panjang dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan (Hanafi & Soediantono, 2022). ISO 9001 dapat membantu organisasi dalam meningkatkan "proses produksi" melalui metode yang efisien (Standar) dan praktik kerja yang efektif untuk memaksimalkan produktivitas perusahaan. Menurut Umam, (2013) dalam (Kartono & Soediantono, 2022) meskipun penerapan sistem manajemen mutu yang dipakai telah diakui secara internasional, ada beberapa faktor yang bisa menyebabkan penerapan ISO 9001 tidak berjalan dengan semestinya. Faktor yang sering terjadi biasanya dikarenakan adanya kinerja yang belum efisien. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan iso 9001 diantaranya yaitu komitmen manajemen, keterlibatan karyawan, pengelolaan SDM, kepuasan pelanggan serta budaya organisasi.

Dari teori diatas penulis menyimpulkan bahwa iso 9001 secara keseluruhan memberikan kerangka kerja yang kuat untuk meningkatkan kualitas, kepuasan pelanggan, serta keputusan pembelian. Namun keberhasilannya tergantung pada efisiensi operasional dan penerapan yang efektif di setiap tingkat organisasi.

Pada prinsip SMM dalam permen PU nomor 04/PRT/M/2009 mengacu pada ISO 9001 terdiri dari 8 prinsip.

Dalam bukunya yang berjudul Manajemen Mutu edisi 2 oleh prof. Retno P, dan DR. Chan Yunita, 8 komponen tersebut ialah

- a. **Fokus pada Pelanggan:** Organisasi harus memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan mereka.
- b. **Kepemimpinan:** Kepemimpinan yang kuat dan dukungan dari manajemen puncak sangat penting untuk menciptakan budaya mutu yang positif.
- c. **Keterlibatan karyawan:** Karyawan dilibatkan dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan
- d. **Pendekatan Proses:** Mengelola aktivitas sebagai proses yang saling terkait untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas.
- e. **Pendekatan sistem manajemen:** sistem manajemen yang efektif akan membangun komunikasi dan budaya yang baik pada perusahaan
- f. **Perbaikan Berkelanjutan:** Organisasi didorong untuk terus menerus memperbaiki kinerja mereka, sistem manajemen mutu, dan proses.
- g. **Pengambilan Keputusan Berdasarkan Bukti:** Keputusan harus diambil berdasarkan analisis data dan informasi yang relevan.
- h. **Hubungan dengan Pemasok:** Organisasi perlu membangun hubungan saling menguntungkan dengan pemasok untuk meningkatkan mutu produk dan layanan.

Kualitas Produk

Kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan atau kebutuhan konsumen disebut sebagai kualitas produk. Dalam dunia bisnis, kualitas produk sering dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sesuatu. Sebuah standar kualitas seperti ISO 9001 telah terbukti dapat meningkatkan kualitas produk melalui kontrol yang lebih baik terhadap proses produksi dan evaluasi kinerja internal.

Kualitas berkaitan erat dengan keputusan pelanggan. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relative dari kesempurnaan atau kebaikan dari suatu produk (Sayedi et al., 2023). Kualitas produk merupakan suatu keinginan dari calon konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang atau jasa yang memiliki nilai yang unggul dan sangat layak diperjual belikan sesuai dengan yang diharapkan oleh calon konsumen (Aghitsni & Busyra, 2022). Menurut (Umami, Rizal, & Sumartik, 2016: 251) dalam (Hartadi & Husda, 2020) kualitas produk adalah kinerja suatu produk dalam menjalankan fungsinya dan mencakup keunggulan produk dalam hal kualitas, daya tahan, kemudahana penggunaan, keakuratan dan karakteristik kualitas atau nilai produk. Kualitas produk merupakan faktor yang termasuk dalam barang atau hasil, yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan peruntukannya (Anwar & Wardani, 2021). Sementara (Kaban et al., 2023) menerangkan bahwa kualitas produk ialah keseluruhan gaya dan fungsionalitas yang secara langsung dan tidak langsung dapat memuaskan pelanggan.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah perpaduan antara kinerja, fungsionalitas daya tahan dan gaya yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk dapat dikelompokkan sesuai dengan dimensinya, menurut David A Garvin didalam bukunya yang berjudul *Managing Quality* ada 8 dimensi kualitas produk diantaranya yaitu:

- a. Kinerja: kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi utamanya
- b. Fitur: karakter skunder suatu produk yang melengkapi fitur dasar dari produk tersebut
- c. Keandalan: konsistensi produk dalam melengkapi kinerja yang sama setiap saat
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi: sejauh mana produk memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan
- e. Daya tahan: bisa disebut juga sebagai tanggal kadaluarsa yaitu seberapa lama produk membutuhkan waktu simpan sebelum pergantian
- f. Kemudahan perbaikan: seberapa mudah suatu produk untuk diperbaiki apabila terjadi kerusakan
- g. Estetika: penampilan suatu produk yang dapat mempengaruhi perspektif konsumen

- h. Kualitas yang dipersepsikan: kesan atau perasaan subjektif dari konsumen terhadap kualitas suatu produk, berdasarkan citra dan reputasi.

Sementara itu faktor faktor yang mempengaruhi kualitas produk ialah:

- a. Desain produk: desain suatu produk dapat mempengaruhi kualitas produk tersebut, desain produk yang baik akan memenuhi fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen
- b. Bahan baku: kualitas bahan baku yang digunakan oleh suatu produk dapat mempengaruhi kualitas akhir dari produk tersebut.
- c. Proses produksi: proses produksi adalah faktor yang mempengaruhi kualitas produk dari dalam. Proses produksi harus diawasi agar seseuai dengan standar dan menjaga konsistensi dari suatu produk.

Pengujian dan pemeriksaan: merupakan tahap akhir yang mempengaruhi kualitas suatu produk. Proses pengujian dan pemeriksaan secara menyeluruh akan memastikan bahwa produk yang dikirim ke konsumen telah memenuhi standar.

Hubungan Antara Iso 9001, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian

Studi telah meneliti hubungan antara penerapan ISO 9001, kualitas produk, dan pilihan konsumen tentang apa yang mereka beli. ISO 9001 memastikan bahwa perusahaan dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi secara konsisten, yang pada gilirannya dapat meningkatkan persepsi konsumen tentang produk tersebut.

Penerapan ISO 9001 meningkatkan manajemen rantai pasokan perusahaan, sehingga mengurangi kemungkinan produk yang rusak atau berkualitas rendah, yang dapat merusak reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen(Evi & Gantino, 2023), (Sisrahmayanti & Muslikh, 2022) telah meneliti dengan hasil hipotesis yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai koefisienn sebesar 0,584 dan nilai signifikan 0,000. Dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

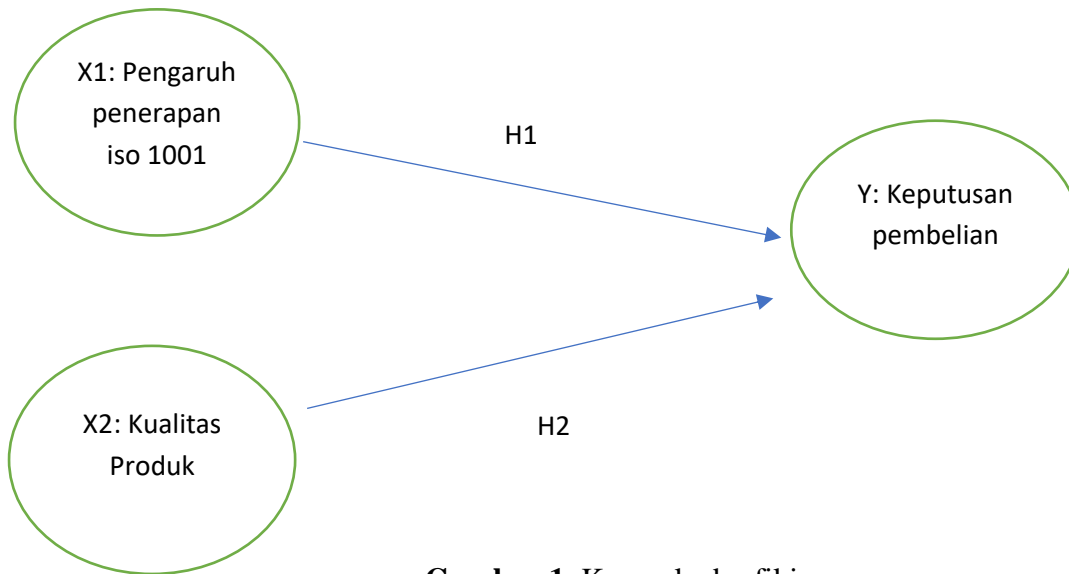
HIPOTESA

H1 : Pengaruh Iso 9001 Terhadap Keputusan pembelian

H2 : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

H3 : Iso 9001 mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung melalui kualitas produk.

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1. Kerangka berfikir

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer melalui survei untuk mengumpulkan data. Untuk mengumpulkan data, kuesioner diberikan kepada tiga puluh karyawan PT Epson. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengukur bagaimana penerapan ISO 9001 dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan metode pengolahan data yaitu metode *Corrected Item to Total Correlation* untuk uji validitas dan metode *Cronbach's Alpha* untuk uji reliabilitas. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan ISO 9001 dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Data Responden

Data Responden			
Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis kelamin	Perempuan	8	26.70%
	Laki - laki	22	73.30%
Usia	19 - 25 tahun	10	33.30%
	26 - 30 tahun	1	3.30%
	31 - 50 tahun	19	63.30%
Pendidikan	SMA / SMK	12	40.00%
	Diploma / D3	3	10.00%
	S1	15	50.00%

Masa kerja	< 1 tahun	7	23.30%
	1 - 3 tahun	3	10.00%
	3 - 5 tahun	20	66.70%

Sumber : Hasil Pengolahan Data (SPSS)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berdasarkan jenis kelamin yang dipilih adalah laki-laki dengan jumlah 22 orang. Adapun data deskriptif berdasarkan usia responden, bahwa hampir semua responden berusia 31 - 50 tahun dengan jumlah 19 orang. Dan, data deskriptif responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh responden menyatakan bahwa sebagian besar responden yaitu mahasiswa/mahasiswi sarjana dengan jumlah 15 orang. Dan adapun data deskriptif mengenai masa kerja responden, bahwa sebagian besar responden memiliki masa kerja selama 3 – 5 tahun dengan jumlah 20 orang.

Tabel 3. Output Uji Validitas Correlatet item- total
Item-Total Statistics

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	56,80	77,821	0,631	0,936
X1.2	56,27	76,685	0,697	0,934
X1.3	56,33	75,885	0,724	0,933
X1.4	56,23	78,392	0,596	0,937
X1.5	56,33	78,092	0,721	0,933
X2.1	56,33	76,644	0,674	0,935
X2.2	56,43	75,840	0,763	0,932
X2.3	55,97	78,240	0,711	0,934
X2.4	56,17	79,454	0,525	0,938
X2.5	55,97	74,930	0,826	0,930
Y.1	55,93	77,513	0,641	0,935
Y.2	56,03	79,826	0,662	0,935
Y.3	56,00	76,621	0,758	0,932
Y.4	56,10	76,162	0,753	0,932
Y.5	55,90	80,438	0,661	0,935

Sumber : Hasil Pengolahan Data (SPSS)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas menggunakan uji validitas Correlate Item- total *correlation* Variabel Keputusan Pembelian

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	keterangan
1	0,631	0,361	Valid
2	0,697	0,361	Valid
3	0,724	0,361	Valid
4	0,596	0,361	Valid
5	0,721	0,361	Valid
6	0,674	0,361	Valid
7	0,763	0,361	Valid
8	0,711	0,361	Valid
9	0,525	0,361	Valid
10	0,826	0,361	Valid
11	0,641	0,361	Valid
12	0,662	0,361	Valid
13	0,758	0,361	Valid
14	0,753	0,361	Valid
15	0,661	0,361	Valid

Pengujian validitas kuesioner Keputusan pembelian dengan uji coba sebanyak 15 instrumen pertanyaan yang di uji kepada 30 responden dengan menggunakan metode *Corrected Item to Total Correlation*. Dalam metode ini dapat dilihat bahwa semua pertanyaan itu dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan alat bantu spss ini r_{hitung} sudah diketahui dan tinggal dibandingkan dengan r_{tabel} dengan persentase signifikan sebesar 0,05 / 5%.

Tabel 5. Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach' Alpha	N of Items
.938	15

Sumber : Hasil Pengolahan Data (SPSS)

Dalam analisis diatas penulis dapat dilihat bahwa dari output spss dengan cara melihat *Cronbach's Alpha*, jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuisioner ini dinyatakan reliabel atau konsisten dan jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuisioner ini dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* > r_{tabel} maka kuisioner ini dinyatakan reliabel dan jika nilai *Cronbach's Alpha* < r_{tabel} maka kuisioner ini dinyatakan tidak reliabel.

Dari nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,938 > 0,60 maka seluruh instrument pertanyaan dinyatakan reliabel. Namun, apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,938 dibandingkan

dengan r_{tabel} sebesar 0,361 maka diperoleh $0,938 > 0,361$ sehingga instrumen dapat dinyatakan reliabel atau konsisten sebagai alat dalam pengumpul data dalam suatu penelitian.

5. KESIMPULAN

Penerapan ISO 9001 digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan dengan tujuan mengurangi keluhan pelanggan dan mempercepat proses bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis PT Epson Indonesia, apakah Perusahaan telah memenuhi kriteria yang baik dalam penerapan ISO 9001 dan kualitas produk pada Keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang dilakukan pada PT Epson diungkapkan bahwa PT Epson telah menerapkan ISO 9001 dan memiliki pimpinan yang senantiasa mengarahkan dalam bekerja berdasarkan SOP Perusahaan. Namun, PT Epson belum memiliki konsistensi dalam memberikan pengarahan tentang ISO 9001 dan coaching, serta tidak ada reward untuk karyawan yang mampu mengimplementasikan ISO 9001. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan di uji yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan model regresi, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan dari uji validitas menggunakan metode *correlatet item-total correlation* dari 15 instrumen pertanyaan terbukti bahwa seluruh instrument dinyatakan valid, dengan persentase signifikan sebesar 0,05 atau 5%.
- b. Berdasarkan uji reliabilitas dari 15 instrumen pertanyaan dengan metode *Cronbach's alpha* sebesar $0,938 > 0,60$ maka instrument tersebut dinyatakan konsisten atau reliabel.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis dapat memeberi saran untuk penelitian selanjutnya terhadap Uji Validitas dan Realibilitas dari Penerapan ISO 9001 dan kualitas Produk untuk bisa mendapatkan Validitas dan Realibilitas terhadap seluruh instrumen yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>

- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di e-commerce Shopee. *NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. Retrieved from <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Astuti, T. P., Manullang, R. R., & Novika. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi online terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Sege Bakaran Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (JPMB)*, 10(2), 220.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Evi, E. L., & Gantino, R. (2023). Implementation audit internal of quality management system ISO 9001:2015 in the purchasing activities technical department at PT Sango Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 5(2), 75–88. <https://doi.org/10.32996/jefas.2023.5.2.8>
- Hanafi, & Soediantono, D. (2022). Kajian literatur hubungan penerapan sistem manajemen mutu ISO 9001:2015 dengan kinerja operasional dan organisasi. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 32–40.
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3), 34–43.
- Insan, U., & Indonesia, P. (2023). Analisis penerapan ISO 9001:2015 industri makanan: Sebuah narrative literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 25–33.
- Kaban, S. H., Rangkuti, S., & Yesfri Ivan, R. (2023). Analisis penerapan pengendalian mutu dalam meningkatkan kualitas produk pada PT Jakarana Tama Medan. *Journal Economic Management and Business*, 2(1), 75–84.
- Kartono, A. B., & Soediantono, D. (2022). Application suggestion of ISO 9001:2015 quality management system in the defense industry: A literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 27–39.
- Maryati, & Khoiri, M. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Njonge, T. (2023). Influence of psychological well-being and school factors on delinquency during the Covid-19 period among secondary school students in selected schools in Nakuru County, Kenya. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 7(1), 1175–1189. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Okky Novianto, H. T. S., Dewi, R., Karnain, B., Sugiharto, & Achmad Daengs GS. (2024). Analisis 5 (lima) tahapan proses keputusan pembelian terhadap pengambilan keputusan mahasiswa Universitas 45 Surabaya dalam memilih perguruan tinggi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 40–62. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v3i1.2308>

- Ramdass, K. R., & Nemavhola, F. (2018). Cost implications of the ISO 9001 quality management system in South African manufacturing organisations. *South African Journal of Industrial Engineering*, 29(2), 16–27. <https://doi.org/10.7166/29-2-1741>
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh, M. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian: Peran mediasi kepuasan konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mesin pompa air submersible DAB Decker di CV. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Zimon, D., & Zimon, G. (2019). The impact of implementation of standardized quality management systems on management of liabilities in group purchasing organizations. *Quality Innovation Prosperity*, 23(1), 60–73. <https://doi.org/10.12776/QIP.V23I1.1210>