



Pengaruh Legalitas Usaha dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi

Azzahra Ramadani Marsanda^{1*}, Novita Ekasari², Yayuk Sriayudha³

¹Manajemen Pemerintahan, Universitas Jambi, Indonesia

²⁻³Kewirausahaan, Universitas Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: azzahraramadani235@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effect of business legality and product quality on consumer purchase decisions at SMEs fostered by the Jambi Province Office of Cooperatives and SMEs. This study employed a quantitative approach with a sample of 96 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that business legality has a positive and significant effect on consumer purchase decisions, with a significance value of 0.043 (< 0.05). Product quality also has a positive and significant effect on purchase decisions, with a significance value of < 0.001 . Simultaneously, business legality and product quality have a positive and significant effect on consumer purchase decisions, with a significance value of < 0.001 . The coefficient of determination (R^2) of 0.477 indicates that both variables explain 47.7% of the variation in consumer purchase decisions. Therefore, business legality and product quality are important factors influencing consumer purchase decisions at SMEs fostered by the Jambi Province Office of Cooperatives and SMEs.

Keywords: Consumer Confidence; Consumer Purchase Decision; Business Legality; MSMEs; Product Quality.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh legalitas usaha dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 ($< 0,05$). Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Secara simultan, legalitas usaha dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,477 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 47,7% variasi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, legalitas usaha dan kualitas produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen; Keputusan Pembelian Konsumen; Kualitas Produk; Legalitas Usaha; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024, UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di Provinsi Jambi, UMKM juga menjadi penggerak utama perekonomian daerah dengan jumlah UMKM binaan mencapai 46.996 unit usaha yang tersebar di berbagai sektor usaha (UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat, 2024).

Salah satu tantangan yang masih dihadapi UMKM adalah pemenuhan aspek legalitas usaha. Legalitas usaha tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan, tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen. Kepemilikan dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat halal, dan izin edar produk menunjukkan bahwa usaha telah memenuhi ketentuan yang berlaku sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain legalitas usaha, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Menurut (Kotler & Keller, 2016), kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik cenderung lebih diminati karena mampu memberikan kepuasan serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan (Muhlisin & Ekasari, 2020).

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hafizi & Athar, (2024) menemukan bahwa legalitas usaha berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh Septian & Hadi, (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, Jansen et al. (2022) menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi temuan empiris yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, kajian yang menguji pengaruh legalitas usaha dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UMKM binaan pemerintah daerah masih relatif terbatas. UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi menjadi objek yang menarik karena sebagian besar telah memiliki legalitas usaha dan mendapatkan program pembinaan untuk meningkatkan kualitas produk. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh legalitas usaha dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh legalitas usaha dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi, baik secara parsial maupun simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Definisi Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan pengakuan hukum yang menunjukkan bahwa suatu usaha telah memperoleh izin resmi untuk menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepemilikan legalitas memberikan perlindungan hukum sekaligus meningkatkan kredibilitas usaha. Pada UMKM, legalitas usaha umumnya meliputi Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan (Hutagalung & Parhusip, 2024).

Menurut Indrawati (2021), legalitas usaha merupakan identitas yang mengesahkan suatu usaha sehingga memperoleh pengakuan secara hukum. Imelia et al., (2025) menjelaskan bahwa legalitas usaha menjadi dasar bagi keberlangsungan dan pengembangan bisnis karena mempermudah akses pembiayaan, kerja sama, serta perluasan pasar melalui sistem *Online Single Submission (OSS)*.

Selain mendukung pengembangan usaha, legalitas juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen. Nyoman et al. (2022), mengemukakan bahwa usaha yang memiliki izin resmi cenderung dipandang lebih profesional, terpercaya, dan bertanggung jawab terhadap produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, legalitas usaha menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

Indikator Legalitas Usaha

Kepemilikan dokumen perizinan (NIB, SIUP, dan TDP)

Kepemilikan dokumen perizinan merupakan indikator utama legalitas usaha yang menunjukkan bahwa suatu usaha telah terdaftar secara resmi dan diakui oleh pemerintah. Dokumen seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) menjadi bukti administratif bahwa pelaku usaha telah memenuhi persyaratan hukum untuk menjalankan kegiatan usahanya.

Kepatuhan terhadap peraturan pemerintah

Kepatuhan terhadap peraturan pemerintah mencerminkan komitmen pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk perizinan, perpajakan, dan standar operasional yang ditetapkan.

Kejelasan status usaha di mata hukum

Kejelasan status hukum menunjukkan bahwa usaha memiliki identitas dan kedudukan hukum yang sah. Hal ini memberikan kepastian bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis, menjalin kerja sama, dan mengembangkan usahanya.

Kepercayaan konsumen terhadap usaha yang legal.

Usaha yang memiliki legalitas resmi cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen. Legalitas memberikan kesan bahwa usaha dikelola secara profesional, bertanggung jawab, dan mampu menjamin kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam perspektif pemasaran, kualitas produk diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap produk yang diterimanya (Kotler et al., 2023). Produk yang berkualitas akan memberikan kepuasan sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Razak (2022), kualitas produk mencerminkan kemampuan produk memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Sementara itu, Mentang et al. (2021), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk memberikan kinerja sesuai fungsinya serta mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Sriayudha et al. (2025) menambahkan bahwa produk yang memiliki kualitas baik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan meningkatkan keinginan untuk membeli, sedangkan produk dengan kualitas yang rendah cenderung menurunkan minat beli konsumen.

Bagi pelaku UMKM, kualitas produk menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Anwar & Satrio, 2020).

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller dalam jurnal Kamil, Rizqi, dan Juman (2022) indikator dalam mengukur kualitas produk terdiri dari 6 indikator yaitu:

- a. Kinerja (*performance*), yaitu kemampuan produk dalam menjalankan fungsi utamanya dan memberikan manfaat sesuai kebutuhan konsumen.
- b. Keistimewaan (*features*), yaitu karakteristik atau fitur tambahan yang mendukung fungsi utama produk dan meningkatkan daya tariknya.

- c. Keandalan (*reliability*) diartikan sebagai kemampuan produk untuk berfungsi secara konsisten sesuai dengan yang dijanjikan.
- d. Kesesuaian (*conforman cetospecifications*), yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan.
- e. Daya tahan (*durability*), yaitu kemampuan produk untuk bertahan dan tetap dapat digunakan dalam jangka waktu tertentu sesuai masa pakainya.
- f. Ketepatan kualitas (*perceived quality*), yaitu penilaian konsumen terhadap kualitas keseluruhan produk yang berkontribusi pada citra merek dan kepercayaan konsumen.

Definisi Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kotler & Armstrong dalam jurnal Kamil et al. (2022) keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Proses ini melibatkan beberapa tahap mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan guna mencapai kepuasan. Proses ini mencakup beberapa tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku setelah pembelian (Alfisa et al., 2023)

Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Rizki et al. (2023) Indikator Keputusan Pembelian yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk merupakan keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian setelah memperoleh informasi yang jelas dan memadai mengenai produk yang ditawarkan. Informasi yang baik mengenai produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
- b. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, menggambarkan preferensi konsumen terhadap merek tertentu yang dianggap paling dipercaya dan memiliki citra positif dibandingkan merek lain.
- c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, menunjukkan bahwa keputusan pembelian dilakukan karena produk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

- d. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain, pengaruh rekomendasi dari pihak lain, seperti keluarga atau teman, dalam mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian

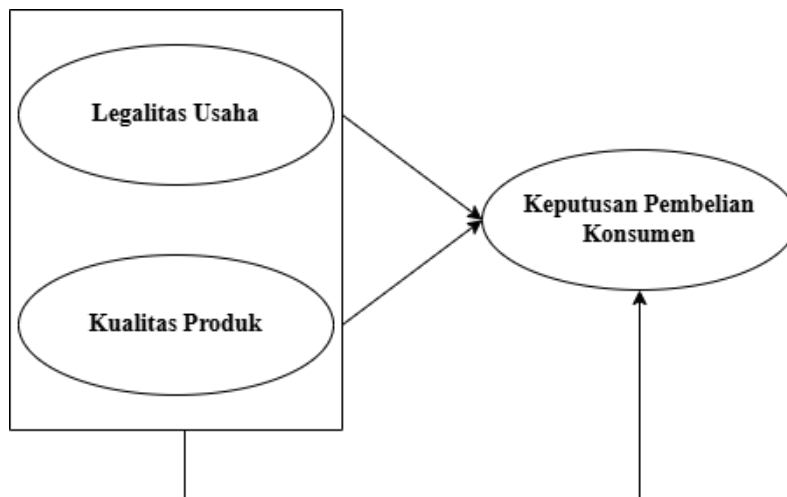
Hubungan Antar Variabel

Legalitas usaha merupakan bukti bahwa suatu usaha telah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Muhammad Hafizi & Athar, (2024) membuktikan bahwa legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui aspek seperti daya tahan, keandalan, dan kemudahan penggunaan Kotler dan Armstrong dalam Herlambang & Komara, (2021). Penelitian Dian Dini Permatasari (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, Jansen et al. (2022) menemukan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan.

Secara simultan, legalitas usaha dan kualitas produk diduga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Legalitas usaha meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan kualitas produk memberikan kepuasan terhadap produk yang dibeli. Kombinasi keduanya dapat memperkuat keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Faris et al., 2024).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian.

Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018). Berdasarkan landasan teori penelitian dan hubungan antar variable pada penelitian terdahulu berikut ini merupakan hipotesis dari penelitian ini.

H1: Diduga legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

H2: Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

H3: Diduga legalitas usaha dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2018). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini menggunakan *infinite population*.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, meliputi berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Jambi, dan pernah membeli produk UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi. Berdasarkan perhitungan ukuran sampel, diperoleh sebanyak 96 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), uji validitas digunakan untuk menilai ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan memiliki korelasi positif, sedangkan jika r hitung $< r$ tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2018), instrumen dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten pada pengukuran yang sama. Kriteria yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha* > 0,60 menunjukkan instrumen reliabel, sedangkan *Cronbach's Alpha* < 0,60 menunjukkan instrumen tidak reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji besarnya pengaruh legalitas usaha (X_1) dan kualitas produk (X_2) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier berganda dari penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots(i)$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian Konsumen

X_1 : Legalitas Usaha

X_2 : Kualitas Produk

α : Nilai konstanta

b_1 : Nilai koefisien regresi X_1

b_2 : Nilai koefisien regresi X_2

e : Galat (*error*) atau standar *error*

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 96 responden yang merupakan konsumen UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, berusia produktif, berdomisili di Kota Jambi, dan pernah membeli produk UMKM binaan. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman dalam melakukan pembelian sehingga mampu memberikan penilaian terhadap legalitas usaha, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

Uji Validitas

Pengujian validitas pada variabel legalitas usaha dilakukan terhadap seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur persepsi responden mengenai legalitas usaha UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi. Hasil pengujian validitas variabel legalitas usaha dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Perhitungan Uji Validitas.

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X1.1	.884	0,1689	Valid
X1.2	.863	0,1689	Valid
X1.3	.866	0,1689	Valid
X1.4	.868	0,1689	Valid
X1.5	.879	0,1689	Valid
X1.6	.883	0,1689	Valid
X1.7	.881	0,1689	Valid
X1.8	.889	0,1689	Valid
X2.1	.889	0,1689	Valid
X2.2	.885	0,1689	Valid
X2.3	.864	0,1689	Valid
X2.4	.895	0,1689	Valid
X2.5	.883	0,1689	Valid
X2.6	.875	0,1689	Valid
X2.7	.865	0,1689	Valid
X2.8	.857	0,1689	Valid
X2.9	.887	0,1689	Valid
X2.10	.914	0,1689	Valid
Y1	.902	0,1689	Valid
Y2	.863	0,1689	Valid
Y3	.861	0,1689	Valid
Y4	.867	0,1689	Valid
Y5	.880	0,1689	Valid
Y6	.880	0,1689	Valid
Y7	.836	0,1689	Valid
Y8	.856	0,1689	Valid
Y9	.865	0,1689	Valid
Y10	.823	0,1689	Valid
Y11	.862	0,1689	Valid
Y12	.861	0,1689	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Legalitas Usaha (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel (0,1689). Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden pada pernyataan yang diberikan bersifat konsisten. Variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas.

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
(X1)	0.968	0,60	Reliabel
(X2)	0.977	0,60	Reliabel
(Y)	0.977	0,60	Reliabel

Pada Tabel diketahui hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60. Dengan demikian variabel (Legalitas Usaha, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen) dapat dikatakan reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS diperoleh hasil uji Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Linear Berganda.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	15.975	4.351		<,001
	Legalitas Usaha	.274	.133	.201	.043
	Kualitas Produk	.615	.109	.552	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas maka diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 15.975 + 0.274X_1 + 0.615X_2 + 4.351 \dots\dots\dots(ii)$$

- Nilai konstanta sebesar 15,975 menunjukkan bahwa keputusan pembelian bernilai 15,975 ketika variabel legalitas usaha dan kualitas produk dianggap konstan.
- Koefisien regresi legalitas usaha (X1) sebesar 0,274 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan legalitas usaha akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,274, dengan asumsi kualitas produk tetap.
- Koefisien regresi kualitas produk (X2) sebesar 0,615 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,615, dengan asumsi legalitas usaha tetap.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi < 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel

dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji F.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383.897	2	191.949	38.746	<,001 ^b
	Residual	421.091	85	4.954		
	Total	804.989	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk , Legalitas Usaha

Berdasarkan hasil uji kelayakan model (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 38,746 dengan nilai signifikannya $< 0,001$. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa variabel legalitas usaha dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi..

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji t.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.975	4.351		3.671	<,001
	Legalitas Usaha	.274	.133	.201	2.054	.043
	Kualitas Produk	.615	.109	.552	5.653	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel Legalitas Usaha memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,274 dengan nilai signifikan 0,043. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 6. Hasil Uji R^2 .

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.465	2.226

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk , Legalitas Usaha

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Nilai R Square sebesar 0,477 menunjukkan bahwa variabel legalitas usaha dan kualitas produk mampu menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 47,7%, sedangkan sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Legalitas Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ($\beta = 0,274$; $p = 0,043 < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa legalitas usaha mampu meningkatkan kepercayaan konsumen karena memberikan jaminan keamanan dan kredibilitas produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hafizi & Athar (2024) yang menyatakan bahwa legalitas usaha mencerminkan kepatuhan terhadap peraturan sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ($\beta = 0,615$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Temuan tersebut mendukung teori Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk ditentukan oleh kemampuan produk memenuhi kebutuhan konsumen melalui daya tahan, keandalan, dan kemudahan penggunaan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Permatasari (2024) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Legalitas Usaha dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa legalitas usaha dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ($p < 0,001$), dengan nilai R^2 sebesar 0,477. Hal ini berarti kedua variabel mampu menjelaskan 47,7% variasi keputusan pembelian, sedangkan 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini menunjukkan bahwa

legalitas usaha meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan kualitas produk meningkatkan kepuasan dan nilai yang dirasakan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ismunandar dan Muhajirin (2021) yang menyatakan bahwa legalitas usaha dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, legalitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa legalitas usaha mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga semakin baik kualitas produk, semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, legalitas usaha dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan kontribusi sebesar 47,7%, sedangkan sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Di antara kedua variabel tersebut, kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi perlu terus meningkatkan kelengkapan legalitas usaha serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk, terutama pada aspek daya tahan produk, guna memperkuat kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Selain itu, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi diharapkan terus mengoptimalkan program pembinaan melalui pendampingan legalitas dan peningkatan kualitas produk. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, citra merek, kualitas pelayanan, atau digital marketing, agar mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, I., & Satrio, B. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4.
- Dian Dini Permatasari, A. E. Y. (2024). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian McDonald Manyar Kertoarjo pada masyarakat umum. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(9).
- Faris, I. Al, Afandi, A. D., & Rahman, A. (2024). Analisis legalitas dan kualitas produk air minum kemasan (Aidrat) pada CV. Aidrat Pondok Pesantren Sunan Drajat. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 99–107. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.230>
- Hafizi, M. A., & Athar, H. S. (2024). Pengaruh sertifikat halal, legalitas usaha, dan kualitas kemasan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen pada produk Mixue di Kota Mataram. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 100–105. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.578>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas promosi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Pariwisata*, 7(2). <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hutagalung, C. S., & Parhusip, N. A. (2024). Esensial legalitas usaha terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Semarang, 10, 98–106.
- Imelia, R. R. D., Muchtarisa, T., Pamungkas, D. P., Bevinda, S. A., & Erlangga, R. A. V. (2025). Pentingnya legalitas usaha untuk mendorong dan meningkatkan usaha mikro dan kecil (UMK). *Jurnal Pengabdian Nasional*, 5(5), 67–77.
- Indrawati, S., Rachmawati, A. F., & Purworejo, U. M. (2021). Edukasi legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum bagi pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.17113>
- Kamil, M., Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature review pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap pengambilan keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 203–214. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.30>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Martiano, I. A., Iran, S. S., & Dwijanto, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7, 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di masa pandemi COVID-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690.
- Muhlisin, D., & Ekasari, N. (2020). Model store atmosphere dan kualitas produk dalam membentuk keputusan pembelian konsumen pada gerai J.CO Donuts & Coffee di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(2), 64–77. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12036>
- Nyoman, N., Oktaviani, N., Gede, P., & Sumerta, A. (2022). Urgensi legalitas usaha bagi industri kecil dan menengah (IKM). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 504–511.

- Razak, I. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>
- Rizki, M., Fatih, I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pada kedai kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *Economina*, 2, 2756–2774. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>
- Septian, G., & Hadi, N. U. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada skala usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Transformation of Mandalika*, 2, 359–366.
- Sriayudha, Y., Febri, E., & Musnaini. (2025). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap minat beli iPhone di Kota Jambi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6). <https://doi.org/10.59141/cerdika.v6i3.3174>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat. (2024). <https://share.google/jovk2VaybfAyeGdPM>