Department of Digital Business
**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 15119-15130
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

# Pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen

Nurhayati[1]*, Cut Nanda Fermita[2], Musrizal[3], Ledyana Fitriani[4], Emi Safrina[5], Zahraini[6]
[1,2]Program Studi Manajemen Ritel, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim
[3]Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim
[4]Program Studi Informatika Medis, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Almuslim
[5,6]Program StudiAdministrasi Bisnis, FakultasIlmu Sosial dan Ilmu Politik,Universitas Almuslim
[1*]nurhayatti277@umuslim.ac.id , [2]cutnandafermita@gmail.com , [3]musrizalyusuf@gmail.com, [4]ledyanafitriani@gmail.com, [5]emisafrina907@gmail.com , [6]zahrainial1964@gmail.com

***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk perawatan kulit menjadikan kedua faktor tersebut penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian berjumlah 114 responden yang merupakan konsumen produk skincare di Kabupaten Bireuen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 21.0 dengan teknik analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar 3,865 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Teknologi Informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar 5,421 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan, Kualitas SDM dan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung sebesar 48,763 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,458 menunjukkan bahwa Kualitas SDM dan Teknologi Informasi mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar 45,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas SDM dan Teknologi Informasi memiliki peran penting dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kualitas pelayanan serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk menarik minat dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.*

***Kata Kunci:*** *Kualitas SDM, Teknologi Informasi, Keputusan Pembelian, Skincare.*

## 1. Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik berupa peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, maupun peningkatan keuntungan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Salah satu sumber daya yang paling penting dalam keberhasilan suatu organisasi adalah sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia berperan sebagai penggerak utama seluruh aktivitas perusahaan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan hingga evaluasi kegiatan usaha. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya.

Sumber daya manusia merupakan aset strategis yang berfungsi untuk menjalankan seluruh aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kualitas SDM mencerminkan tingkat pengetahuan, keterampilan, kompetensi, kreativitas, serta kemampuan individu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. SDM yang berkualitas akan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, memahami kebutuhan pasar, serta menciptakan hubungan yang positif dengan pelanggan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kualitas SDM menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen (Hasibuan, 2021).

Kualitas SDM yang baik juga berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga kualitas pelayanan, kemampuan komunikasi, serta pengetahuan tenaga pemasaran dalam memberikan informasi mengenai produk yang dipasarkan. Semakin tinggi kualitas SDM yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar peluang perusahaan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, rendahnya kualitas SDM dapat menyebabkan kurang optimalnya pelayanan dan penyampaian informasi kepada konsumen sehingga berdampak pada rendahnya minat pembelian.

Selain kualitas SDM, perkembangan teknologi informasi juga menjadi faktor yang sangat penting dalam dunia bisnis modern. Teknologi informasi merupakan seperangkat teknologi yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, menyimpan, dan menyebarkan informasi secara cepat dan akurat. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aktivitas bisnis, termasuk dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Laudon & Laudon, 2022; Sutabri, 2021).

Teknologi informasi saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas pemasaran produk skincare. Melalui media sosial, marketplace, website, dan berbagai platform digital lainnya, perusahaan dapat memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih efektif. Konsumen juga dapat memperoleh berbagai informasi mengenai produk skincare seperti manfaat produk, kandungan bahan, harga, testimoni pengguna, hingga ulasan pelanggan sebelum melakukan pembelian. Kemudahan akses informasi tersebut menyebabkan teknologi informasi menjadi salah satu faktor yang mampu memengaruhi perilaku dan keputusan pembelian konsumen (Kotler et al., 2022; Laudon & Laudon, 2022; Putri & Wijaya, 2024).

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Tingginya penggunaan media sosial dan platform digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam mencari informasi dan melakukan pembelian produk. Saat ini konsumen cenderung mencari informasi produk melalui internet sebelum memutuskan untuk membeli. Informasi yang diperoleh melalui media digital sering kali menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam memilih, mempertimbangkan, dan memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kebutuhan, persepsi, motivasi, dan pengalaman konsumen, sedangkan faktor eksternal meliputi informasi produk, promosi, pelayanan, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi. Keputusan pembelian menjadi indikator penting bagi perusahaan karena menentukan keberhasilan pemasaran dan tingkat penjualan produk (Kotler et al., 2022; Priansa, 2021).

Dalam industri skincare, keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang sangat penting karena tingginya tingkat persaingan antar merek. Konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sehingga perusahaan harus mampu memberikan nilai tambah yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas SDM yang terlibat dalam pemasaran produk serta memanfaatkan teknologi informasi secara optimal untuk memberikan informasi yang akurat dan mudah diakses oleh konsumen (Kotler et al., 2022; Schiffman & Wisenblit, 2021).

Fenomena tersebut juga terjadi di Kabupaten Bireuen. Meningkatnya penggunaan internet dan media sosial telah mendorong masyarakat Kabupaten Bireuen untuk lebih aktif mencari informasi mengenai produk skincare sebelum melakukan pembelian. Berbagai merek skincare lokal maupun nasional dapat dengan mudah ditemukan melalui marketplace, media sosial, maupun toko online yang beroperasi di wilayah Kabupaten Bireuen. Namun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan di lapangan, seperti masih rendahnya kemampuan sebagian pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran, kurang optimalnya pelayanan kepada konsumen, serta masih adanya konsumen yang merasa kesulitan memperoleh informasi produk yang akurat sebelum melakukan pembelian.

Selain itu, banyak konsumen skincare di Kabupaten Bireuen yang lebih mempercayai informasi yang diperoleh melalui media sosial dibandingkan informasi yang diberikan secara langsung oleh tenaga pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas SDM dan pemanfaatan teknologi informasi menjadi dua faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare. Apabila kualitas SDM yang dimiliki

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

pelaku usaha tinggi dan didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi yang baik, maka informasi produk dapat tersampaikan secara efektif sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas SDM memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan perilaku konsumen. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap aktivitas pemasaran dan keputusan pembelian konsumen. Namun demikian, beberapa penelitian menemukan hasil yang berbeda, di mana pengaruh kualitas SDM maupun teknologi informasi terhadap keputusan pembelian belum menunjukkan hasil yang konsisten. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang masih perlu dikaji lebih lanjut (Sari & Handayani, 2022; Fadhilah & Syahputra, 2022; Wulandari & Pratama, 2024).

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak meneliti pengaruh harga, kualitas produk, promosi, citra merek, dan digital marketing terhadap keputusan pembelian produk skincare. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas SDM dan teknologi informasi terhadap keputusan pembelian produk skincare masih relatif terbatas, khususnya pada masyarakat Kabupaten Bireuen. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas SDM dan teknologi informasi terhadap keputusan pembelian skincare di Kabupaten Bireuen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas SDM terhadap keputusan pembelian skincare, mengetahui pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan pembelian skincare, serta mengetahui pengaruh kualitas SDM dan teknologi informasi secara simultan terhadap keputusan pembelian skincare di Kabupaten Bireuen.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Tahapan Penelitian

Untuk memberikan panduan dalam penyusunan penelitian ini, perlu adanya susunan kerangka kerja (*framework*) guna memperjelas tahapan-tahapan maupun sistematika yang akan dilakukan dalam penelitian. Kerangka kerja tersebut bertujuan agar proses penelitian dapat berjalan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun tahapan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi informasi yang diduga memengaruhi keputusan pembelian produk skincare di Kabupaten Bireuen. Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan awal terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat, khususnya perilaku konsumen dalam membeli produk skincare. Identifikasi masalah dilakukan untuk menemukan penyebab permasalahan serta alternatif solusi yang dapat digunakan dalam menjelaskan hubungan antara kualitas SDM, teknologi informasi, dan keputusan pembelian skincare.

b. Studi Literatur

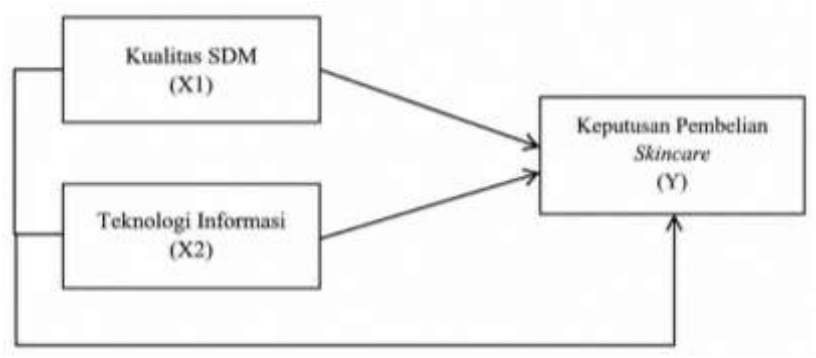
Penelitian ini dilakukan pada konsumen pengguna produk skincare di Kabupaten Bireuen. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan berbagai teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, teknologi informasi, dan keputusan pembelian. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Melalui studi literatur diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai variabel penelitian serta hubungan antarvariabel yang akan dianalisis. Teori-teori yang digunakan meliputi teori kualitas SDM, teori teknologi informasi, teori perilaku konsumen, dan teori keputusan pembelian. Sumber referensi diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, prosiding, internet, serta berbagai referensi lain yang relevan dengan topik penelitian.

c. Model Konseptual

Pada tahap ini dilakukan penyusunan model konseptual penelitian berdasarkan hasil studi literatur dan penelitian terdahulu. Model konseptual menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diteliti.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)




Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber : Data Diolah (2026)

Kerangka konseptual penelitian yang menggunakan variabel dependen dan independen yang terdiri dari 2 variabel independen yaitu Kualitas SDM (X1) dan Teknologi Informasi (X2). Selain itu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Skincare (Y).

d. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini data dikumpulkan melalui:

1. Observasi lapangan.
2. Penyebaran kuesioner kepada konsumen pengguna produk skincare di Kabupaten Bireuen.
3. Dokumentasi dan studi pustaka.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian.

e. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah seluruh data penelitian berhasil dikumpulkan. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner selanjutnya diolah menggunakan program Statistical Package for Social Science (SPSS). Tahapan analisis meliputi:

1. Uji Validitas.
2. Uji Reliabilitas.
3. Uji Asumsi Klasik.
4. Analisis Regresi Linear Berganda.
5. Uji t (Parsial).
6. Uji F (Simultan).
7. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$).

Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas SDM dan teknologi informasi terhadap keputusan pembelian skincare di Kabupaten Bireuen.

f. Pembuatan Laporan

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah penyusunan laporan penelitian berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Laporan penelitian disusun secara sistematis yang terdiri dari pendahuluan, kajian teori, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan, serta saran. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha skincare dalam meningkatkan kualitas SDM dan pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1 Karakteristik Responden

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap 114 responden diperoleh sejumlah informasi sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Laki –Laki | 28 | 24,6 | 24,6 | 24,6 |
| | Perempuan | 86 | 75,4 | 75,4 | 100,0 |
| | Total | 114 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji frekuensi data responden menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 86 responden (75,4%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 28 responden (24,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen skincare di Kabupaten Bireuen yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perempuan memiliki perhatian yang lebih tinggi terhadap perawatan dan kesehatan kulit sehingga lebih aktif dalam melakukan pembelian produk skincare dibandingkan laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 17-25 Tahun | 52 | 45,6 | 45,6 | 45,6 |
| | 26-35 Tahun | 34 | 29,8 | 29,8 | 75,4 |
| | 36-45 Tahun | 18 | 15,8 | 15,8 | 91,2 |
| | >45 Tahun | 10 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | 114 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–25 tahun yaitu sebanyak 52 responden (45,6%). Selanjutnya kelompok usia 26–35 tahun sebanyak 34 responden (29,8%), usia 36–45 tahun sebanyak 18 responden (15,8%), dan usia di atas 45 tahun sebanyak 10 responden (8,8%). Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen skincare di Kabupaten Bireuen didominasi oleh kelompok usia muda dan produktif. Kelompok usia tersebut merupakan generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi informasi dan media sosial sehingga lebih mudah memperoleh informasi mengenai berbagai produk skincare. Selain itu, kelompok usia muda cenderung lebih memperhatikan penampilan dan kesehatan kulit sehingga memiliki tingkat konsumsi produk skincare yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | SMA/Sederajat | 48 | 42,1 | 42,1 | 42,1 |
| | S1 | 17 | 14,9 | 14,9 | 57,0 |
| | S2 | 41 | 36,0 | 36,0 | 93,0 |
| | Total | 114 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA/sederajat berjumlah 48 orang (42,1%), pendidikan Diploma sebanyak 17 orang (14,9%), pendidikan Sarjana sebanyak 41 orang (36,0%), dan Pascasarjana sebanyak 8 orang (7,0%). Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan menengah hingga pendidikan tinggi. Tingkat pendidikan yang relatif baik memungkinkan responden lebih mudah memahami informasi yang berkaitan dengan produk skincare, baik yang diperoleh melalui tenaga pemasaran maupun melalui media digital. Pendidikan juga dapat memengaruhi kemampuan konsumen

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dalam mengevaluasi informasi produk sebelum mengambil keputusan pembelian, sehingga semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin rasional pula proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Pelajar/Mahasiswa | 38 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | PNS | 20 | 17,5 | 17,5 | 50,8 |
| | Karyawan Swasta | 29 | 25,4 | 25,4 | 76,2 |
| | Wirausaha | 16 | 14,0 | 14,0 | 90,2 |
| | Lainnya | 11 | 9,8 | 9,8 | 100,0 |
| Total | | 114 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari kelompok pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 38 responden (33,3%). Selanjutnya responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 29 responden (25,4%), Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 20 responden (17,5%), wirausaha sebanyak 16 responden (14,0%), dan pekerjaan lainnya sebanyak 11 responden (9,8%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelajar dan mahasiswa merupakan kelompok yang paling banyak menggunakan produk skincare di Kabupaten Bireuen. Hal ini disebabkan kelompok tersebut merupakan generasi yang aktif menggunakan internet dan media sosial sebagai sumber informasi utama mengenai produk kecantikan. Selain itu, mereka cenderung lebih mudah terpengaruh oleh promosi digital, ulasan produk, serta rekomendasi dari influencer yang banyak ditemukan melalui berbagai platform teknologi informasi. Kondisi ini memperkuat pentingnya peran teknologi informasi dalam memengaruhi keputusan pembelian produk skincare.

### 3.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data merupakan uraian informasi yang digunakan dalam penelitian agar data dapat disajikan secara jelas dan mudah diinterpretasikan. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 21.0 berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 114 responden yang merupakan konsumen produk skincare di Kabupaten Bireuen. Deskripsi data digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta kondisi variabel penelitian yang terdiri dari Kualitas SDM ($X_1$), Teknologi Informasi ($X_2$), dan Keputusan Pembelian (Y).

### 3.3 Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item Pertanyaan | Koefesien kolerasi (rhitung) | rtabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas SDM (X1) | X1.1 | 0,682 | 0,184 | Valid |
| | X1.2 | 0,714 | 0,184 | Valid |
| | X1.3 | 0,657 | 0,184 | Valid |
| | X1.4 | 0,735 | 0,184 | Valid |
| | X1.5 | 0,698 | 0,184 | Valid |
| | X1.6 | 0,721 | 0,184 | Valid |
| | X1.7 | 0,684 | 0,184 | Valid |
| Teknologi Informasi (X2) | X2.1 | 0,702 | 0,184 | Valid |
| | X2.2 | 0,745 | 0,184 | Valid |
| | X2.3 | 0,688 | 0,184 | Valid |
| | X2.4 | 0,774 | 0,184 | Valid |
| | X2.5 | 0,719 | 0,184 | Valid |
| | X2.6 | 0,692 | 0,184 | Valid |
| | X2.7 | 0,731 | 0,184 | Valid |
| Keputusan | Y1 | 0,711 | 0,184 | Valid |

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Pembelian (Y) | Y2 | 0,754 | 0,184 | Valid |
| | Y3 | 0,692 | 0,184 | Valid |
| | Y4 | 0,778 | 0,184 | Valid |
| | Y5 | 0,721 | 0,184 | Valid |
| | Y6 | 0,698 | 0,184 | Valid |
| | Y7 | 0,743 | 0,184 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Kualitas SDM (X1), Teknologi Informasi (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,184). Dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**2. Uji Reliabilitas**

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Kualitas SDM (X1) | 0,856 | Reliabel |
| 2 | Teknologi Informasi (X2) | 0,881 | Reliabel |
| 3 | Keputusan Pembelian (Y) | 0,903 | Reliabel |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas SDM (X1) sebesar 0,856, Teknologi Informasi (X2) sebesar 0,881, dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,903. Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian mengenai pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen.

**3. Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang baik harus memenuhi asumsi klasik agar hasil analisis yang diperoleh lebih akurat dan tidak bias. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 21.0. Hasil pengujian asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan analisis regresi linear berganda.

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 21.0. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka data residual berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka data residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

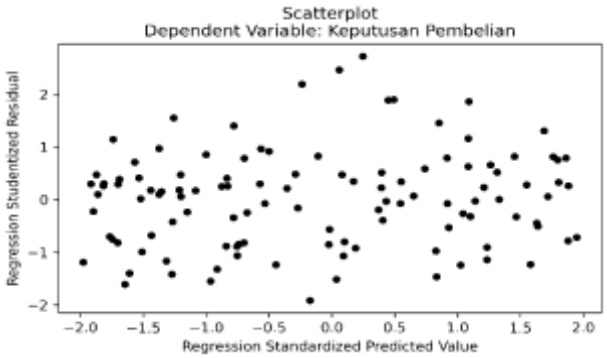
| **Keterangan** | **Nilai** |
|---|---|
| N | 114 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,200 |
| Taraf Signifikansi | 0,05 |
| Kesimpulan | Berdistribusi Normal |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

**b. Uji Heteroskedastisitas**




Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2026)
Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 1. terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model penelitian memenuhi asumsi klasik dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

**c. Uji Multikolinearitas**

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Variabel | Tolerance | VIF |
|---|---|---|---|
| 1 | Kualitas SDM (X1) | 0,721 | 1,387 |

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas SDM (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,721 dan nilai VIF sebesar 1,387. Variabel Teknologi Informasi (X2) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,721 dan nilai VIF sebesar 1,387. Nilai Tolerance pada seluruh variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Oleh karena itu, model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut mengenai pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen.

**4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kualitas SDM ($X_1$) dan Teknologi Informasi ($X_2$) terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Y) di Kabupaten Bireuen. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 21.0. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi (B) | t hitung | Sig. |
|---|---|---|---|
| Konstanta | 5,214 | 2,981 | 0,004 |

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

| | | | |
|---|---|---|---|
| Kualitas SDM (X1) | 0,324 | 3,865 | 0,000 |
| Teknologi Informasi (X2) | 0,487 | 5,421 | 0,000 |

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026**)**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.9 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 5{,}214 + 0{,}324X_1 + 0{,}487X_2$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5,214 menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas SDM ($X_1$) dan Teknologi Informasi ($X_2$) dianggap konstan, maka nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 5,214.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas SDM ($X_1$) sebesar 0,324 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kualitas SDM akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,324 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi variabel Teknologi Informasi ($X_2$) sebesar 0,487 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Teknologi Informasi akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,487 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

### 3.4. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji T (Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji T(Parsial)

| Variabel | t hitung | t tabel | Sig. | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas SDM (X1) | 3,865 | 1,981 | 0,000 | Berpengaruh Signifikan |
| Teknologi Informasi (X2) | 5,421 | 1,981 | 0,000 | Berpengaruh Signifikan |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil perhitungan uji t dapat dilihat pengujian secara parsial terhadap masing-masing variabel independen, yaitu Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Hasil pengujian tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

#### a. Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas SDM terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai signifikansi untuk variabel Kualitas SDM (X1) adalah sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0{,}05$ (0,000 < 0,05). Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,865 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,981 (3,865 > 1,981). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas SDM (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Dengan demikian, dalam penelitian ini H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas SDM yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare.

#### b. Uji Hipotesis Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai signifikansi untuk variabel Teknologi Informasi (X2) adalah sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0{,}05$ (0,000 < 0,05). Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,421 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,981 (5,421 > 1,981). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Teknologi Informasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Dengan demikian, dalam penelitian ini H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi yang semakin baik akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

**2. Uji F (Simultan)**

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Regression | 842,365 | 2 | 421,183 | 48,763 | Berpengaruh Signifikan |
| Residual | 958,547 | 111 | 8,636 | | Berpengaruh Signifikan |
| Total | 1.800,912 | 113 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas SDM (X1), Teknologi Informasi (X2)
Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung sebesar 48,763 > F tabel sebesar 3,08. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas SDM dan Teknologi Informasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Oleh karena itu, H3 diterima.

**3.5. Uji Koefesien Determinasi (R2)**

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 0,684 | 0,468 | 0,458 | 2,938 |

Predictors: (Constant), Kualitas SDM (X1), Teknologi Informasi (X2)
Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2026**)**

Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,458 atau 45,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas SDM dan Teknologi Informasi mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian Skincare sebesar 45,8%, sedangkan sisanya sebesar 54,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, promosi, citra merek, kepercayaan konsumen, dan faktor lainnya.

**3.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Penjelasan lebih rinci mengenai hasil analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. Pengaruh Kualitas SDM terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel Kualitas SDM memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,865 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,981. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan, komunikasi, serta informasi mengenai produk skincare, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Kualitas SDM yang baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga mendorong terjadinya pembelian.

**2. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel Teknologi Informasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 5,421 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,981. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi seperti media sosial, marketplace, website, dan platform digital lainnya mampu memudahkan konsumen dalam memperoleh

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

informasi mengenai produk skincare. Kemudahan akses informasi tersebut dapat meningkatkan minat dan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian produk skincare.

### 3. Pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 48,763 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,08. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas SDM dan Teknologi Informasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Dengan demikian, semakin baik kualitas SDM yang dimiliki pelaku usaha dan semakin optimal pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, terutama di era digital yang ditandai dengan tingginya penggunaan teknologi informasi dalam aktivitas pemasaran dan transaksi produk skincare.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas SDM dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel Kualitas SDM (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,865 > t tabel sebesar 1,981. Koefisien regresi variabel Kualitas SDM sebesar 0,324 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas SDM dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk skincare. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel Teknologi Informasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 5,421 > t tabel sebesar 1,981. Koefisien regresi variabel Teknologi Informasi sebesar 0,487 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan teknologi informasi, seperti media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung sebesar 48,763 > F tabel sebesar 3,08. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas SDM dan Teknologi Informasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Skincare di Kabupaten Bireuen. Dengan demikian, peningkatan kualitas SDM yang didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi yang optimal dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk skincare. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) diperoleh nilai sebesar 0,458 atau 45,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas SDM dan Teknologi Informasi mampu menjelaskan variasi Keputusan Pembelian Skincare sebesar 45,8%, sedangkan sisanya sebesar 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, promosi, citra merek, dan faktor lainnya.

## Referensi

1. Fadhilah, N., & Syahputra, R. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 35–46.
2. Hasibuan, M. S. P. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
3. Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th Edition). New York: Pearson Education.
4. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th Edition). New York: Pearson Education.
5. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th Edition). New York: Pearson Education.
6. Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
7. Putri, A. N., & Wijaya, H. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan pada Konsumen Milenial. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 55–67.
8. Sari, M., & Handayani, T. (2022). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 78–89.
9. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer Behavior* (13th Edition). New York: Pearson Education.
10. Sutabri, T. (2021). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
11. Wulandari, D., & Pratama, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 88–100.
12. Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). Principles of Marketing (18th Global ed.). Pearson.
13. Tjiptono, F. (2022). Strategi Pemasaran (Edisi 5). Andi.
14. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage.
15. Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

16. Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 3). Alfabeta.
17. Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (9th ed.). Pearson.
18. Solomon, M. R. (2022). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.). Pearson.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11004
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)