

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Intikarya Sejahtera Tangerang

Henita Sri Muliani^{1*}, Aris Ariyanto², Triyadi³, Agus Sudarsono⁴, Mada Faisal Akbar⁵

¹STAB Dharma Widya RT.001/RW.006, Neglasari, Kec. Neglasari, Kota Tangerang, Banten 15129, Indonesia

Korespondensi :
enita.muliani@gmail.com

^{2,3,4,5}Universitas Pamulang Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417, Indonesia

Abstract: This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at PT. Intikarya Sejahtera in Tangerang. The method used is explanatory research with analysis techniques using statistical analysis with regression testing, correlation, determination, and hypothesis testing. The results of this study, service quality have a significant effect on purchasing decisions by 41.1%; hypothesis testing obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(8,106 > 1,986)$. Price has a substantial impact on purchasing decisions by 51.3%; hypothesis testing is obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(9,945 > 1,986)$. Service quality and price simultaneously significantly affect purchasing decisions with the regression equation $Y = 9,099 + 0,290X_1 + 0,490X_2$, and the contribution of the effect is 57.0%, the hypothesis test obtained $F_{count} > F_{table}$ or $(61,648 > 2,700)$.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian.*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Intikarya Sejahtera di Tangerang. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 41,1%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,106 > 1,986)$. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 51,3%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(9,945 > 1,986)$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,099 + 0,290X_1 + 0,490X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 57,0%, uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(61,648 > 2,700)$.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya sistem teknologi dan informasi serta komunikasi di era globalisasi sekarang ini, membuat semakin terbukanya kompetisi antara perusahaan – perusahaan secara profesional sesuai dalam bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong sebuah perusahaan / instansi untuk menghasilkan kualitas layanan dan harga yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu barang / jasa yang ditawarkan suatu perusahaan / instansi.

PT. Intikarya Sejahtera merupakan perusahaan dagang yang melayani berbagai macam kebutuhan retail maupun toko seperti rak toko, chiller, air conditioner sampai dengan struk kasir dan lain-lain. Salah satu produk unggulan PT. Intikarya Sejahtera adalah furnitur toko berupa rak toko berbahan plat besi. Rak toko merupakan perlengkapan utama yang menunjang sebuah toko, minimarket maupun supermarket untuk manjajarkan barang dagangannya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang membuat konsumen maupun pelanggan melakukan sebuah keputusan pembelian. Keberhasilan perusahaan mendapatkan pelanggan bergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Pelanggan akan mengingat transportasi mana yang memberikan layanan jasa terbaik. Kualitas layanan yang baik membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian berulang. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Dari definisi tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penggerak keinginan pelanggan dalam melakukan sebuah keputusan pembelian dan keunggulan tersendiri bagi sebuah perusahaan yang tentunya memiliki kualitas pelayanan yang baik. Berikut ini adalah data keluhan pelanggan (komplain) pada PT. Intikarya Sejahtera:

Tabel 1. Keluhan Pelanggan PT. Intikarya Sejahtera Periode 2016-2018

Tahun	Jenis Keluhan Pelanggan		
	Keterlambatan Pengiriman	Kerusakan Barang	Lama Produksi
2016	27	7	5
2017	30	6	7
2018	38	9	6
Rata – Rata	31.67	7.33	6

Sumber : PT. Intikarya Sejahtera, 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan keluhan pelanggan dari tahun ketahun mulai dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Keluhan pelanggan tersebut disebabkan oleh keterlambatan pengiriman, kerusakan barang maupun lama dari produksi barang itu sendiri. Keterlambatan pengiriman terkendala karena banyak jumlah toko yang buka perdana (*grand opening*) pada waktu yang bersamaan ataupun waktu yang berdekatan sehingga padatnya jadwal pengiriman barang menjadi kendala dalam keterlambatan pengiriman barang, adapun kendala dalam keterlambatan pengiriman seperti kerusakan pada truk angkut muat rak toko ataupun kecelakaan dalam perjalanan. Kerusakan barang dapat terjadi saat perjalanan rak toko menuju lokasi toko itu sendiri seperti medan yang terjal sehingga membuat benturan antara rak yang berbahan baku besi sehingga dapat menyebabkan besi tersebut pengok ataupun melengkung. Sedangkan lama produksi biasanya terjadi pada bulan – bulan menjelang libur lebaran maupun tahun baru dikarenakan banyaknya karyawan yang melakukan cuti.

PT. Intikarya Sejahtera melayani seluruh konsumennya di seluruh wilayah Indonesia hanya dengan kantor yang berpusat di Alam Sutera Tangerang, oleh karena itu mungkin pelayanan yang dilakukan bisa jadi kurang maksimal karena tidak adanya kantor cabang pembantu. Kemudian kurangnya daya tangkap terhadap keluhan konsumen bisa jadi menjadi pemicu kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan. Daya tangkap yang kurang maksimal ini disebabkan oleh PT. Intikarya Sejahtera tidak memiliki armada logistiknya sendiri, tetapi menggunakan ekspedisi logistic sewaan. Sehingga keluhan yang diterima tidak dapat diselesaikan dengan satu arah melainkan harus melakukan komplain terhadap pihak ekspedisi logistic sewaan. Ditambahkan lagi sering juga adanya pemesanan rak toko yang memiliki batas waktu yang terlalu sempit dari lama waktu produksi yang diperkirakan, maka toko tersebut terpaksa harus mundur jadwal buka perdananya (*grand opening*).



Sumber : PT. Intikarya Sejahtera, 2019

Gambar 1. Set Rak Wall, Rak Double Dan Rak Gondola Yang Sudah Tersetting

Pada gambar di atas merupakan gambar 1 set rak yang sudah terpasang atau tersetting, dalam sebuah toko biasanya terdiri dari beberapa set rak dan jumlah dari set rak tergantung dari layout luasnya bangunan toko itu sendiri. Tinggi rak toko biasanya bervariasi mulai dari 170 cm, 150 cm dan 120 cm, namun PT. Intikarya Sejahtera lebih memfokuskan rak toko dengan tinggi 150 cm walaupun tetap dapat menerima pesanan rak 120 cm maupun 170 cm. Untuk 1 set rak itu sendiri terdiri dari 2 buah tiang kaki, 1 buah backmesh, 1 buah shelving dasar dan 4 buah shelving bracket, untuk banyaknya shelving bracket dapat diatur banyaknya sesuai kebutuhan display toko dan dimensi barang yang akan di display.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Harga adalah suatu nominal yang harus dibayar untuk mendapatkan manfaat dari sebuah produk. Pada setiap transaksi pasti selalu ada harga yang melekat. Sebagian pelanggan sangat sensitif terhadap harga, sehingga penetapan harga menjadi strategi yang sangat penting dalam mendapatkan pelanggan. Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa yang diinginkan disertai dengan kemampuan konsumen untuk membeli pada tingkat harga atau kondisi tertentu. Pengertian penetapan harga menurut Tjiptono (2016:320), penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap harga para pesaing. Berikut adalah data harga produk rak toko PT. Intikarya Sejahtera dan harga para pesaing dalam bidang rak toko:

Tabel 2. Data Harga 1 Set Rak Periode 2018

Jenis Rak	Harga (Rp)		
	PT. Intikarya Sejahtera	Chandra Niaga	deporak.com
Rak Wall	804.050	755.000	966.000
Rak Double	1.054.350	980.060	1.260.000
Rak Gondola	661.500	621.000	727.500

Sumber : PT. Intikarya Sejahtera, 2019

Pada tabel di atas dapat kita ketahui bahwa persaingan rak toko cukup relatif ketat dari segi harga baik pada sebuah perusahaan offline maupun online sekalipun. Perbedaan harga di atas dapat saja terjadi bukan hanya karena persaingan semata maupun strategi pemasaran tapi juga dari spesifikasi rak yang di tawarkan itu sendiri. PT. Intikarya Sejahtera sendiri menawarkan harga dengan gratis biaya setting rak untuk seluruh wilayah Indonesia maupun gratis biaya kirim untuk area Jabodetabek sedangkan untuk area di luar Jabodetabek akan dikenakan biaya sesuai jarak yang

ditempuh untuk menuju lokasi toko.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian juga merupakan patokan sebuah target penjualan sebuah perusahaan.

Keputusan untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh dari luar. Proses keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Seberapa mendalam tingkat pemecahan masalah konsumen dalam mengambil keputusan pembelian bergantung pada seberapa baik kriteria pemilihan yang ditetapkan, seberapa banyak informasi yang telah dimiliki mengenai setiap produk yang sedang dipertimbangkan konsumen, dan seberapa terbatas rangkaian produk yang akan dipilih. Berikut adalah data jumlah penjualan PT. Intikarya Sejahtera:

Tabel 3. Jumlah Penjualan PT. Intikarya Sejahtera Periode 2006-2018

Tahun	Penjualan		
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Pencapaian (%)
2016	40.000.000.000	35.343.303.799	88,36 %
2017	80.000.000.000	81.209.695.620	101,51 %
2018	85.000.000.000	68.348.558.177	80,41 %
Rata - Rata	68.333.333.333	61.633.852.532	90,09 %

Sumber : PT. Intikarya Sejahtera, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa terdapat kenaikan penjualan yang drastis dari tahun 2016 ke 2017 yaitu dari Rp 35.343.303.799,- atau 88,36 % menjadi Rp 81.209.695.620,- atau 101,51 % juga kenaikan target dari tahun 2016 ke tahun 2017 yang cukup tinggi yaitu dari Rp 40.000.000.000,- menjadi Rp 80.000.000.000,-. Hal ini disebabkan karena ada kontrak baru dengan sebuah retail mini market yang cukup besar di Indonesia, sehingga target penjualan pun diperkirakan naik hingga dua kali lipat. Lalu adanya penurunan penjualan dari tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu dari Rp 81.209.695.620,- menjadi Rp 68.348.558.177,- walaupun target penjualan naik dari tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu dari Rp 80.000.000.000,- menjadi Rp 85.000.000.000,-. Hal ini bisa saja terjadi karena turunnya harga bahan baku biji besi ataupun faktor lain seperti adanya pemakaian rak bekas toko yang tutup, sehingga toko – toko baru dapat menggunakan rak bekas tersebut. Karena dalam retail rak masuk dalam kategori asset sehingga sayang sekali jika rak yang tidak terpakai tersebut tidak digunakan kembali guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaan.

METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT. Intikarya Sejahtera di Tangerang

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis *Descriptive Statistics*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas pelayanan (X1)	96	32	48	38.22	3.942
Harga (X2)	96	30	47	38.57	3.876
Keputusan pembelian (Y)	96	31	47	39.08	3.673
Valid N (listwise)	96				

Kualitas pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 38,22 dengan standar deviasi 3,942.

Harga diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 38,57 dengan standar deviasi 3,876.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 39,08 dengan standar deviasi 3,673.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.099	2.722		3.342	.001
	Kualitas pelayanan (X1)	.290	.082	.311	3.521	.001
	Harga (X2)	.490	.084	.517	5.857	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,099 + 0,290X_1 + 0,490X_2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9,099 diartikan jika kualitas pelayanan dan harga tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 9,099 point.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,290, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,290 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,290 point.
3. Koefisien regresi harga sebesar 0,490, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan harga sebesar 0,490 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,490 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.

		Kualitas pelayanan (X1)	Keputusan pembelian (Y)
Kualitas pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,641 artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan pembelian.

		Harga (X2)	Keputusan pembelian (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	.716***
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,716 artinya harga memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan pembelian.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.561	2.434

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,755 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.405	2.832

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,411 artinya kualitas

pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 41,1% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.508	2.577

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,513 artinya harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 51,3% terhadap keputusan pembelian.

Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.561	2.434

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,570 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 57,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 47,0% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel Hasil Uji Hipotesis Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.245	2.832		5.736	.000
	Kualitas pelayanan (X1)	.598	.074	.641	8.106	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,106 > 1,986), dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel Hasil Uji Hipotesis Harga Terhadap Keputusan pembelian.

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.915	2.644		4.884	.000
	Harga (X2)	.678	.068	.716	9.945	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($9,945 > 1,986$), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima. Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel Hasil Uji Hipotesis Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan pembelian.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730.403	2	365.201	61.648	.000 ^b
	Residual	550.930	93	5.924		
	Total	1281.333	95			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($61,648 > 2,700$), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,641 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,106 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,716 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($9,945 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan pembelian

Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,099 + 0,290X_1 + 0,490X_2$, nilai korelasi sebesar 0,755 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 57,0% sedangkan sisanya sebesar 47,0% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($61,648 > 2,700$). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,106 > 1,986$).
- Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($9,945 > 1,986$).
- Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 57,0% sedangkan sisanya sebesar 47,0% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($61,648 > 2,700$).

2. Saran

- a. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produknya dengan cara pemilihan bahan baku yang berkualitas.
- b. Perusahaan harus lebih memiliki varian harga yang lengkap sehingga ada pilihan lain dan model lain yang harganya juga bervariasi.
- c. Perusahaan harus membuat pola pemesanan yang dapat mudah dilakukan oleh pembeli tanpa harus datang ke lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2016). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Imam Ghozali (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Irawan, Handi, (2016), *Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Istijanto (2014) *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12). Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakterisrik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 - 194.
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Wijoyo, H. (2020). Analisis Sistem Akuntansi Pencatatan Kas Pada PT. Expedisi Bakung Pekanbaru. *Jurnal AkunStie (JAS)*, 6(1), 52-61.
- Wijoyo, H. (2018). Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Kontrak Konstruksi Pada PT. Wahana Tata Riau. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 9(2), 2034-2043.