

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian
Studi Kasus Pada Konsumen Toko Alfamart Rancaekek Km17
Di Munggang Kecamatan Jatinangor**

Ragil Pangestu

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, Jl. Belitung No.7, Merdeka, Bandung

Email : ragilpangestu2013@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at the Alfamart Rancaekek KM17 store in Munggang, Jatinangor District. The sample of this research is residents who are in the Alfamart Rancaekek KM17 store and consumers who have transacted at Alfamart Rancaekek KM17 whose population cannot be determined. The data collection method used is a questionnaire or quertionnaire, with a quantitative research design using desvriptive and verification research methods. Quantitative methods in the study include validity, reliability, hypothesis testing including t-test, f-test and the coefficient of determination (R^2). Techniques of data analysis using multiple linear regression analysis. The results showed that the service quality variable had a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the variables of Service Quality and Price have a simultaneous effect on consumer purchasing decisions at the Alfamart Rancaekek KM17 Store in Munggang, Jatinangor District. Further explanation of the research results, implications and suggestions regarding research can be seen in this study.

Keywords : Service Quality, Price, Purchase Decision

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Alfamart Rancaekek KM17 di Munggang Kecamatan Jatinangor. Sampel dari penelitian ini yaitu warga yang berada di lingkungan Toko Alfamart Rancaekek KM17 dan Konsumen yang bertransaksi di Alfamart Rancaekek KM17 yang tidak dapat ditentukan populasinya. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode angket atau kuesioner, dengan desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif

dan verifikatif. Metode kuantitatif dalam penelitian meliputi uji validitas, reliabilitas, pengujian hipotesis meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Teknik Analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Alfamart Rancaekek KM17 di Munggang Kecamatan Jatinangor.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian*

1. PENDAHULUAN

Dunia bisnis dalam era globalisasi yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu disertai dengan Persaingan dan tantangan yang semakin tinggi, sehingga untuk dapat tumbuh dan bertahan, berbagai organisasi dalam sector usaha dan bisnis mengharuskan bisa mengikuti tren dan kemajuan jaman.

Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:67) menyatakan bahwa Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. bahwa harga merupakan alat yang digunakan berupa uang yang memiliki nilai dan nilai tersebut sesuai dengan manfaat yang akan diterima pembeli dan sesuai dengan ketetapan manfaat yang ditetapkan oleh penjual.

Keputusan Pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap

dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan kuantitatif pada konsumen Toko Alfamart Rancaekek KM17 di Munggang kecamatan Jatinangor, dengan instrument penelitian dalam pengumpulan data kuesioner menggunakan kuesioner tertutup yang disebarakan kepada 97 responden. Pengujian instrument penelitian dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data dengan analisis deskriptif. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistic F, uji statistik t, dan koefisien determinasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.41
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.905	1.653		1.758	.082
	Total_X1	.276	.056	.365	4.895	.000
	Total_X2	.573	.073	.581	7.792	.000

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan program SPSS, September 2021

Persamaan regresi yang didapat $Y = 2,905 + 0,276X_1 + 0,572X_2$ yang dapat dijelaskan yaitu terdapat pengaruh positif yang searah kualitas pelayanan (X_1), dan harga (X_2) dan terhadap keputusan pembelian (Y). koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai positif sebesar 0,276 menunjukkan apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Koefisien regresi harga (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0,572 menunjukkan apabila harga mengalami peningkatan maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

Tabel 4.42
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1952.792	2	976.396	197.369	.000 ^b
Residual	465.022	94	4.947		
Total	2417.814	96			

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan program SPSS, September 2021

Berdasarkan tabel 4.42 diatas, diperoleh hasil uji anova dimana F hitung 197,369 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,000 sig. syarat uji yang digunakan adalah apabila pada taraf signifikan 5% (= 0,05). Nilai probabilitas koefisien regresi lebih kecil dari pada 0,05. Hal itu menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan H_a dapat diterima. Dengan demikian Kualitas Pelayanan dan Harga merupakan variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4.43
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.905	1.653		1.758	.082
Total_X1	.276	.056	.365	4.895	.000
Total_X2	.573	.073	.581	7.792	.000

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan program SPSS, September 2021

Berdasarkan tabel 4.43 diatas, variable Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai b sebesar 0,276 dengan signifikansi sebesar 0,000. Yang artinya bahwa nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Maka, berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, variable Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan tabel 4.43 diatas, variable Harga (X_2) memiliki nilai b sebesar 0,573 dengan signifikansi sebesar 0,000. Yang artinya bahwa nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Maka, berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, variable Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.44
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.808	.804	2.224

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan program SPSS, September 2021

Berdasarkan tabel 4.44 di atas, besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada kolom R Square yaitu : 0,808 atau 80,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independent dalam penelitian ini (kualitas pelayanan dan harga) sebesar 80,8%. sementara itu, 19,2% perubahan Keputusan Pembelian pada toko Alfamart Rancaekek KM17 dijelaskan oleh variabel selain variabel independent dalam penelitian ini.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat disimpulkan. Hasil pengujian secara simultan menyatakan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara parsial menyatakan bahwa; kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan

pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R square*) adalah 80,8% artinya perubahan-perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 80,8% yang dipengaruhi oleh variabel independent yaitu kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya 19,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti fitur produk, kemasan, merek, label, design produk.

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Karena nilai probabilitas koefisien regresi lebih kecil dari pada 0,05. Adapun saran yang dapat diberikan penulis pada penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai hal yang sama. Diharapkan dapat menambah variabel independent lainnya yang dipandang relevan dan lebih mendalam lagi pembahasan yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian seperti merk, kualitas produk, dan lainnya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya memperluas wilayah penelitian dan menambah sample yang akan dijadikan responden.

5. DAFTAR PUSTAKA

- A Thompson, Arthur Jr. (2013). *Crafting and executing strategu*. United States : McGraw-Hill.
- A Muwafi Saleh. (2010). *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar, Jakarta.
- Basu, Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Budiono, Anis. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga, Promosi, dan Citra merek terhadap kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian*.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi, Yogyakarta.
- _____. (2011). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.
- _____. (2012). *Strategi Pemasaran, ed 3*, Yogyakarta, Andi
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kedua*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif : Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang : UMM PRESS
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Sebelas*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, P.& Keller,K.L, (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I edisi ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran* Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 12*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip, Amstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

- Lupiyoadi, & Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Salemba Empat.
- Maharani, Susana. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut.
- Nasution, Herlina. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan PT. Lion Air Jakarta.
- Rachman,Denny Aditya. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus.
- Rafi, Mohammad dan Agung Budiarmo. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang.
- Savitri, Winda Dwi. (2017). Pengaruh Harga, Produk dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dwi Jaya Furniture.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta : Indeks.
- Sekaran, Uma, (2006). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4, Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- _____. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- _____. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- _____. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono. (2001). Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : BPFE.

Website :

Hadyan, Reza, (2020). Industri Ritel Diprediksi Tumbuh Lebih Baik, <https://m.bisnis.com/amp/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baik> (akses, 12-07-2021).

A Nugroho, Sigit. Alfamart Menitikberatkan Pada Kualitas Pelayanan. Diakses pada : <https://swa.co.id/swa/headline/alfamart-menitikberatkan-pada-kualitas-pelayanan> (akses, 12-07-2021).