

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Toko Andraz Helm di Kabupaten Tangerang)

Andrian Tegar Pujitama *¹, Yuli Ardiyanto², Murthada Sinuraya³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

*Email Korespondensi: andreantegarp@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk helm di Toko Andraz.. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Obyek penelitian yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan harga keputusan pembelian terhadap produk helm. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang melakukan pembelian produk helm di Toko Andraz Helm, Kabupaten Tangerang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* Sampel dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh dan signifikan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mampu menciptakan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Helm pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian, Helm

Abstract: *This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions on helmet products at Andraz Stores. This study used a quantitative approach in this study as many as 100 respondents. The object of research used is the quality of service and the price of purchasing decisions for helmet products. The samples used were consumers who purchased helmet products at Andraz Helm Store, Tangerang Regency. Data was collected using questionnaires. The sampling technique uses the Non-Probability Sampling technique with the Purposive Sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS. The results of this study show that simultaneously the variables of service quality and price on purchasing decisions show that these two variables have an influence and are significant. The quality of service affects purchasing decisions. This indicates that good service quality will be able to make consumer decisions in purchasing Helmet products at the Andraz Helm Store in South Tangerang.*

Keywords: *Service Quality, Price, Purchasing Decision, Helmet*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perubahan yang terjadi di dunia pemasaran, maka para pelaku bisnis pun harus terus berubah dan berinovasi karena persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis dalam upaya menguasai pasar akan semakin meningkat. Konsumen pun akan semakin menuntut perusahaan untuk memberikan layanan yang optimal.

Masalah yang timbul dalam perusahaan adalah cara perusahaan tersebut di dalam melakukan kegiatan menyebarkan informasi kepada para konsumennya, karena banyak konsumen yang ragu akan kualitas suatu produk serta layanan/fasilitas yang dibuat oleh perusahaan. Sebelum melakukan pembelian adanya hal tersebut menjadikan konsumen sulit atau bahkan tidak bisa dalam membedakan kualitas produk, baik kualitas yang tinggi ataupun kualitas rendah (Leisching et al., 2012). Konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai brand tersebut guna mengumpulkan informasi-informasi yang didapatkan sehingga tercipta informasi yang efisien. Dalam hal ini *brand* mampu memberikan kemudahan untuk konsumennya dalam mengumpulkan suatu informasi akan barang maupun jasa. Manfaat utama dalam pencarian suatu informasi adalah untuk mengurangi adanya risiko dalam belanja. Tidak terkecuali Toko Andraz yang merupakan salah satu toko yang menjual helm, dengan banyaknya persaingan membuat mereka harus mengikuti penjualan secara berlomba karena omset yang didapatkan lebih banyak. Toko Andraz menjual dari berbagai model helm dan peruntukannya mulai dari anak-anak hingga dewasa. Dengan mengikuti trend masa kini yang semakin beraneka ragam model dan pilihan menjadikan bisnis helm harus mampu menyediakan apa yang menjadi harapan konsumen.

Upaya untuk menarik para konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada menjadi penting dilakukan oleh perusahaan. Kesetiaan konsumen menjadi aset penting bagi sebuah perusahaan. Oleh karenanya perlu perlu adanya kepercayaan. Namun seiring dengan menurunnya jumlah penjualan, juga disertai dengan menurunnya jumlah konsumen. kondisi ini jelas harus segera diperbaiki mengingat konsumen yang tidak puas akan cenderung beralih membeli ke kompetitor. Menurunnya hasil penjualan dan jumlah konsumen yang semakin berkurang jelas harus segera diatasi, penulis mensinyalir ada beberapa aspek yang menyebabkan jumlah penjualan tidak mencapai target seperti kualitas pelayanan yang kurang sesuai dengan standar dan pelayanan yang kurang maksimal.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni harga. Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha dan Sukotjo, 2002). Harga merupakan hal yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Harga merupakan faktor paling sensitif dalam melakukan keputusan pembelian barang atau jasa. Tidak jarang karena faktor harga banyak konsumen mengurungkan niatnya dalam suatu keputusan pembelian yang dilakukan. Harga merupakan hal utama yang diperhatikan oleh konsumen dan menjadi subjek penelitian yang luas.

KAJIAN TEORI

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2016).

Menurut Kotler (2016:184) keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

METODE

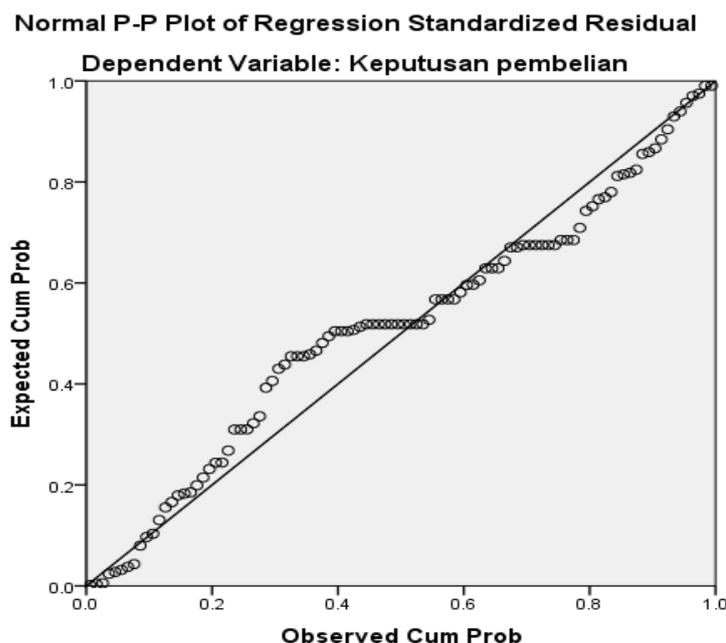
Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif dan kausalitas. Penetapan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* yaitu suatu teknik sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Obyek penelitian yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan dan harga keputusan pembelian terhadap produk helm di Toko Andraz Helm, Kabupaten Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Deskriptif

Berdasarkan tanggapan responden menyatakan bahwa Toko Andraz Helm bersih dan rapi dan Sarana parkir Toko Andraz Helm luas. Harga yang diberikan sebanding dengan mutu dan kualitas yang didapatkan. Pembayaran dengan menggunakan kartu debit memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data diolah, 2023

Pada gambar hasil uji normalitas di atas titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut maka data terdistribusi normal, sehingga data dapat dilakukan uji analisis regresi berganda.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

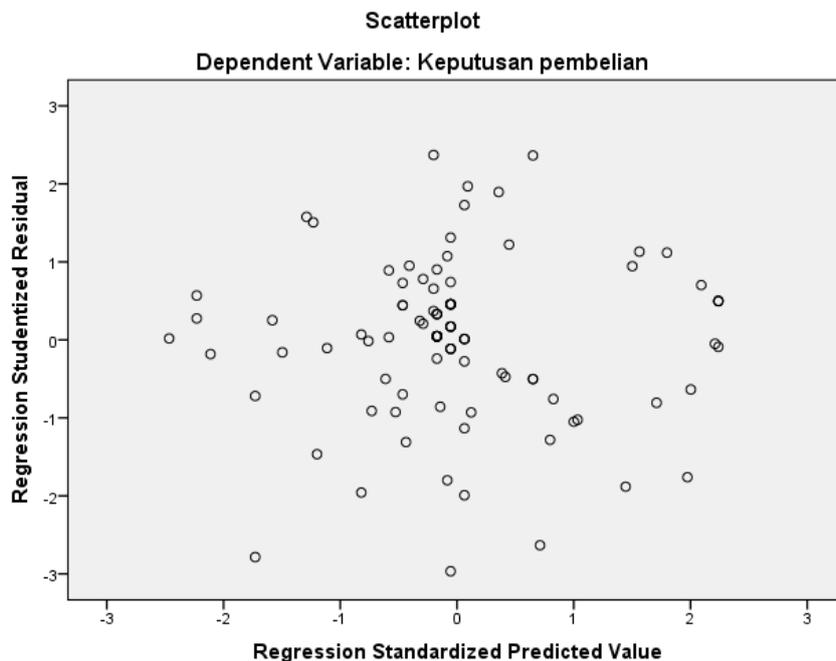
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)					
1 Kualitas pelayan	.792	.433	.284	.273	3.669
Harga	.755	.248	.152	.273	3.669

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data diolah oleh, 2023

Dari hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas produk dan Harga memiliki nilai VIF masing-masing sebesar 3,669 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,273. Dengan demikian, berdasarkan data hasil analisis pada Tabel dan ketentuan pengujian multikolinearitas tersebut, diketahui bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai VIF disekitar angka 10, dan nilai *Tolerance* dibawah/lebih kecil dari angka 1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoloniaritas antar variabel independen dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2023

Dari gambar tersebut, dapat terlihat bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, maka berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk

memprediksi variabel terikat keputusan pembelian berdasarkan kedua variabel bebas yang digunakan, yaitu Kualitas pelayanan dan Harga.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.548	3.726		.415	.679
1 Kualitas pelayanan	.697	.147	.544	4.731	.000
Harga	.561	.222	.290	2.524	.013

Sumber : Data primer diolah, 2023

- Konstanta (a) = 1,548** menunjukkan nilai konstan, dimana jika variabel Kualitas pelayanan dan Harga adalah nol, maka keputusan pembelian pada Toko Andraz Helm, adalah sebesar 1,548 poin dengan anggapan variabel bebas lain besarnya konstan.
- Koefisien $b_1 (X_1) = 0,697$** menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Andraz Helm, sehingga apabila variabel Kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar **0,697** satuan.
- Koefisien $b_2 (X_2) = 0,561$** menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Andraz Helm sehingga apabila variabel harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar **0,561** satuan.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.643	3.52414

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayan

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukan bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,643 berarti variasi variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 64,3%, sedangkan sisanya sebesar 35.7% dipengaruhi variabel lain atau faktor lain yang tidak dimasukan pada model penelitian.

7. Uji T

Tabel 4. Hasil Uji T

Model	t	Sig.
Kualitas pelayanan	4.731	.000
Harga	2.524	.013

Sumber : Data primer diolah, 2023

a. **Analisis Pengaruh Secara Parsial Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian**

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif yang *significant* variabel Kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung sebesar $4,731 > t$ tabel 1,98, yang berarti H_0 ditolak. Dari tabel koefisien regresi tersebut berpengaruh signifikan dengan alpha di bawah 5%. Artinya terdapat pengaruh signifikan positif variabel Kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada taraf yaitu 5%, dengan nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,000 atau setara dengan nilai toleransi alpha 0,05 (5%) yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan.

b. **Analisis Pengaruh Secara Parsial Harga terhadap Keputusan pembelian**

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif variabel harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung sebesar $2.524 > t$ tabel 1,98, yang berarti H_0 ditolak. Dari tabel koefisien regresi tersebut berpengaruh signifikan dengan alpha di bawah 5%. Artinya terdapat pengaruh signifikan positif variabel harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada taraf yaitu 5%, dengan nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,013 atau setara dengan nilai toleransi alpha 0,05 (5%) yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan.

8. Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2237.745	2	1118.872	90.090	.000 ^b
1 Residual	1204.695	97	12.420		
Total	3442.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Fhitung 90,090 > nilai F tabel 3,09 yang berarti terdapat pengaruh dari kedua variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini diperkuat nilai probabilitas *p-value* (signifikansi) sebesar $0,000 < \alpha$ 0,05. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini secara

bersama-sama kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian helm pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian Helm pada toko Andraz secara parsial. Responden setuju bahwa kualitas pelayanan pada toko Andraz membuat konsumen membeli terlihat dari rata-rata jawaban responden pada statistik deskriptif adalah mendekati kesetujuan yaitu 4,03

Hasil analisis regresi menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap keputusan pembelian produk Helm pada toko Andraz dengan nilai t hitung sebesar 4,731 atau lebih besar dari nilai t tabel (1,98) dan dengan nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai α 0,05 (5%) yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan.

Tanggapan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang setuju terhadap kesepuluh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan yaitu dengan rata-rata skor sebesar 4,03. Berdasarkan kategori rentang skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor setuju.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel harga merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Helm di toko Andraz Bima secara parsial. Responden setuju bahwa harga bawah merah Bima membuat konsumen membeli terlihat dari rata-rata jawaban responden pada statistik deskriptif adalah mendekati kesetujuan yaitu 3,99

Hasil analisis regresi menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Andraz Helm dengan nilai t hitung sebesar 2,524 atau lebih besar dari nilai t tabel (1,98) dan dengan nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,013 atau lebih kecil dari nilai α 0,05 (5%) yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan.

3. Pengaruh Secara Simultan Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian

Ditentukan berdasarkan hasil penelitian olah data terlihat nilai F hitung 90,090 atau lebih besar dari nilai F tabel 3,09 yang berarti terdapat pengaruh dari kedua variabel bebas Kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2). Hal ini diperkuat nilai probabilitas p -value (signifikansi) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai toleransi α 0,05 (5%). Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan pembelian pada Toko Andraz Helm.

Tanggapan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang setuju terhadap tigabelas pernyataan pada variabel kualitas pelayanan yaitu dengan rata-rata skor sebesar 4,03. Tanggapan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang setuju terhadap dua belas pernyataan pada Keputusan Pembelian Toko Andraz Helm, yaitu dengan rata-rata skor

sebesar 3,97. Tanggapan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang setuju terhadap kedelapan pernyataan pada variabel harga yaitu dengan rata-rata skor sebesar 3,99. Berdasarkan kategori rentang skor, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor setuju. Nilai *adjusted R square* adalah 0,643 hal ini berarti variabel Kualitas pelayanan dan Harga menjelaskan Keputusan pembelian sebesar 64,3% sedangkan 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian data penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mampu menciptakan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Helm pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan.
2. Harga produk Helm berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang baik di mata konsumen akan menciptakan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk Helm pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan.
3. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku keputusan pembelian produk Helm pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan dibentuk oleh tingkat kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Koefisien determinan menunjukkan bahwa $adjusted R^2$ adalah 0,643. Hal ini berarti 64,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua model variabel independen kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel pelayanan secara keseluruhan sudah baik, disarankan pada Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan tentang produk Helm, sehingga karyawan mampu memberikan informasi yang tepat tentang produk-produk helm yang disukai oleh masyarakat.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel harga yang terletak pada indikator Harga yang diberikan sebanding dengan mutu dan kualitas yang didapatkan mendapat skor terendah. Oleh karena itu, disarankan Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan untuk menetapkan harga sesuai dengan mutu dan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga pelanggan akan lebih tertarik lagi untuk melakukan pembelian.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, diharapkan Manajemen Toko Andraz Helm di Tangerang Selatan selalu menjaga kualitas pelayanan serta penentuan harga

yang sesuai serta memperhatikan kualitas produk atau mutu helm yang ditawarkan kepada konsumen.

4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden pada masing-masing pada bawang merah Bima, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 83–101.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke. 9. Jakarta: Erlangga.
- Leisching, Alexander., Gelgenmuller, Anja., dan Enke Margit. 2012. Brands You Can Rely On! An Empirical Investigation of Brand Credibility in Services. *Schmalenbach Business Review*. 44-58.
- Swastha, Basu., dan Ibnu Sukotjo W. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Widagda, Salasa. & Prihatini, Apriatni Endang. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet MNC Play Media Semarang. *Diponegoro Journal of Social And Politic*. 1-8.
- Winda, Engla Jusma. 2018. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Gm Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Batusangkar. *Artikel Ilmiah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.
- Yosina, Thyrza Farizah dan Cempena, Ida Bagus. 2019. *Analisis Pengaruh Kualias Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Custom Surabaya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.