

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret

Maria Tresia Sibarani

Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Raya Jatiwaringin No. 18, Jaticempaka, Kec Pondok Gede, Kota Bekasi Jawa Barat, Indonesia

e-mail korespondensi : mariaujung98@gmail.com

Submit: 04-10-2024 | Revisi: 13-10-2024 | Terima: 26-10-2024 | Terbit online: 20-02-2025

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan. Keputusan pembelian merupakan proses di mana individu memilih perilaku yang paling sesuai dari beberapa alternatif, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan mencakup kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan sementara harga mencerminkan nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak dari kedua faktor tersebut dalam konteks keputusan pembelian di toko tersebut. Penelitian ini dilakukan pada populasi pelanggan Indomaret Camar Raya Kranggan, dengan melibatkan 90 responden yang mengisi kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental sampling. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert. Metode analisis statistik yang digunakan mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi, regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari uji t yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian dengan nilai thitung sebesar 3,219 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikansi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Dan variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung sebesar 3,784 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikansi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract - The paper's abstract templates are used as a guide for writing paper for publications in journals Bina Sarana Informatika. The paper writers must follow the instructions given in this paper. Abstract is restricted from 100-250 words in Indonesian Language and English Language (in italics), should not contain equations, pictures, and table. The letter size for abstract, keywords, and body papers is 10 points using Times New Roman font. In the abstract they contain prologue of the raised problem, the proposed method and the desired results (hypothesis). The number of pages in the manuscript is at least 6 pages, a maximum of 12 pages using A4 paper size with 1 (single) spacing. This research aims to identify how service quality and price influence purchasing decisions at Indomaret Camar Raya Kranggan. Purchasing decisions are a process in which individuals choose the most appropriate behavior from several alternatives, taking into account factors such as service quality and price. Service quality includes the company's ability to meet customer expectations while price reflects a person's satisfaction with the product they buy. The aim of this research is to explore the impact of these two factors in the context of purchasing decisions at the store. This research was conducted on the customer population of Indomaret Camar Raya Kranggan, involving 90 respondents who filled out a questionnaire. The method used in this research is accidental sampling. The research instrument uses a Likert scale. The statistical analysis methods used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, correlation, multiple linear regression, coefficient of determination, as well as t tests and F tests. The results of this research show that the t test states that the service quality variable influences purchasing decisions with a t value of 3.219 which is greater than t table (1.987) or a t test significance value of 0.002 which is smaller than 0.05 ($\alpha=5\%$). And the price variable has a positive effect on purchasing decisions with a t value of 3.784 which is greater than t table (1.987) or a t test significance value of 0.002 which is smaller than 0.05 ($\alpha=5\%$).

Keywords Service Quality, Price, Purchasing Decisions

1. Pendahuluan

Pada zaman modern saat ini, manusia dengan berbagai macam kebutuhan dan keinginan karena adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya serta ekonomi menyebabkan kebutuhan dan keinginan manusia akan produk dan jasa mengalami peningkatan. Bisnis retail di Indonesia saat ini berkembang



sangat pesat, seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan bisnis retail. Retail atau pasar modern selain sebagai alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, dengan harga yang kadang relatif lebih murah dibanding dengan pasar tradisional.

Bisnis retail di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan bisnis retail. Retail atau pasar modern selain sebagai alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, dengan harga yang kadang relatif lebih murah dibanding dengan pasar tradisional. Perusahaan retail ini memiliki sistem pelayanan mandiri dimana kita pada melihat label harga yang sudah tercantum pada barang yang sudah di pajang atau display, serta berada dalam sebuah bangunan yang di sana kita dapat di bantu dalam pelayanan oleh pramu atau kasir.

Indomaret adalah salah satu minimarket yang memiliki daya tarik tersendiri untuk kita kunjungi. Karena dengan adanya Indomaret akan sangat membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari mereka dengan harga yang bersaing dan mutu barang yang sama dengan pengecer biasa. Dengan kenyamanan yang di tawarkan, seperti penyejuk ruangan (AC), lokasi strategis dan area parkir yang luas, serta ruangan yang ramah, dengan demikian konsumen lebih memilih berbelanja di Indomaret.

Bagi perusahaan retail, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut (Utomo et al., 2023), kualitas pelayanan adalah sesuatu secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Harapan konsumen sebelum membeli adakah untuk mendapatkan daya tarik konsumen dan akan berdampak pada pembelian berulang – ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Harga juga menjadi salah satu hal yang sangat memengaruhi keputusan pembelian. Karena harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, harga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa jasa atau barang (Nugraha & Sumadi, 2020). Pada situasi tertentu suatu perusahaan harus menetapkan harga jualnya jauh dibawah harga produksi. Hal ini dilakukan untuk perimbangan menang dari pesaing. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan membeli suatu barang, ketika harga yang ditetapkan atau tertera sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka mereka akan melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tindakan atau tahap akhir seseorang dalam memilih suatu produk dengan segala pertimbangan yang ada dimulai dari minat, keyakinan, dan tindakan pada akhirnya untuk melakukan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keputusan konsumen dapat menjadi acuan sukses manajemen pemasaran pada suatu perusahaan.

Sebagai bisnis retail yang terkemuka, maka Indomaret telah mendapatkan kepercayaan dari banyak masyarakat. Namun meski demikian masih sering terjadi keluhan dari pelanggan terhadap pelayanan dan harga di Indomaret Camar Raya. Beberapa kasus yang terkait dengan harga dan kualitas pelayanan yang pernah terjadi ini akan menjadi rujukan. Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa konsumen yang mengeluh terkait pelayanan dari pramuniaga yang tidak ramah dan lambat dalam melayani, dan juga terkait harga di Indomaret sering kali ada beberapa produk yang lebih mahal dibanding pesaingnya, seperti pada produk sikat serbaguna yang memiliki harga yang relatif jauh lebih mahal di Indomaret dengan harga Rp 22.500 sementara dipesaing harga hanya Rp. 14.900.

Pada penelitian yang sudah ada terdapat beberapa pendapat yang berbeda – beda, dari penelitian (Syamnarila et al., 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan (Karundeng et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari penelitian (Malonda et al., 2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan pada penelitian Agustina et al (2019) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk memahami apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan beli di Indomaret Camar Raya Kranggan, serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi peneliti selanjutnya.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mempergunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga, dan dependen keputusan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2012;157) yang di kutip oleh (Wicaksono, 2020) mendefinisikan Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Indikator kualitas pelayanan menurut (Tjiptono & Chandra, 2012) pada kutipan (Iskandar & Irfan Bahari Nasution, 2019) dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah: 1)Keandalan (Reliability), 2)Daya tanggap (Responsiveness), 3)Jaminan (Assurance), 4)Kepedulian (Empathy), 5)Bukti Fisik (Tangible),

Menurut Kotler dan Armstrong (2013;151) dalam jurnal (Wicaksono, 2020) harga adalah sejumlah uang yang diberikan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam penelitian (SITI ROMELAH, 2022) , indikator harga memiliki 4 yang mencirikan harga yaitu: 1)Keterjangkauan harga, 2)Kesesuaian harga, 3)Daya saing harga, 4)Kesesuaian harga.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012) dikutip (Pasaribu, 2022). Indikator keputusan pembelian menurut (Kotler dan Armstrong 2018) dikutip (Mulyani & Hermina, 2023) yaitu : 1)Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, 2)Memutuskan membeli karena merek itu paling disukai, 3)Membeli karena ingin dan butuh, 4)Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang.

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah berbelanja minimal satu kali di Indomaret Camar Raya Kranggan, dengan jumlah yang tidak diketahui (*infinitit*) secara pasti. Indomaret Camar Raya Kranggan terletak pada lokasi yang cukup strategis yaitu dipinggir jalan, dengan bangunan yang cukup besar dan memiliki 5 karyawan yaitu kasir, pramuniaga, leader, asisten kepala toko, dan kepala toko. Indomaret Camar Raya Kranggan sendiri telah berdiri sejak akhir 2020.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis dengan data penelitian yang digunakan berupa angka dan menggunakan analisis statistik. Tujuan dari penelitian kuantitatif diantaranya menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta, dan menunjukkan suatu fakta atau mendeskripsikan hubungan antara variabel dan mengembangkan konsep seberapa besar kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Camar Raya Kranggan. Dan pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah atau sering berbelanja di Indomaret Camar Raya Kranggan.

Menurut Sugiyono (2013) dikutip (Iwan Kandori, 2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik Accidental sampling yaitu setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Sugiyono (2018) teknik Accidental Sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat dijadikan sampel. Sugiyono (2018) teknik Accidental Sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat dijadikan sampel. Adapun kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah pelanggan yang berbelanja di Indomaret Camar Raya Kranggan, responden dalam penelitian ini minimal berumur 15 tahun dan responden yang mengembalikan angket/kuisisioner kepada peneliti.

Menurut Ferdinand (2014) dikutip (Tania et al., 2022) untuk menentukan jumlah sampel dengan cara jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka sampel yang diperoleh yaitu $13 \times 5 = 65$ orang responden. Jumlah responden yang diperoleh 65 responden. Namun dalam penelitian ini karena memiliki populasi yang banyak, maka akan digunakan sampel sebanyak 90 orang responden agar hasil akurasi dari angket lebih baik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (Angket). Menurut Sugiyono (2017:142) dikutip (Tania et al., 2022) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji kualitas data seperti uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas, uji hipotesis secara parsial (uji T) dan secara simultan (uji F), koefisien determinasi (R^2), regresi linear berganda.

Uji normalitas apabila data yang dihasilkan memiliki residual normal, maka menggunakan statistik parametrik, dan apabila residual tidak berdistribusi normal maka menggunakan data statistik non- parametrik (Basuki, 2019:57). Uji multikolinearitas dimaksudkan tujuan dalam pengujian teknik regresi yang ditemukan iya atau tidak korelasi pada variabel bebas (Ghozali, 2018) dikutip oleh (Lestari, 2020). Ada beberapa metode untuk melakukan uji heterokedastisitas yaitu, uji plot, uji taman, uji glejser (Ghozali, 2019: 139-141).

Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel terikat secara parsial (individual). Tujuan uji t adalah untuk mengetahui perbedaan variabel yang di hipotesiskan. Pada dasarnya Uji F dilakukan untuk menunjukkan pengaruh secara simultan variabel independen yang dimasukkan dalam model terhadap variabel dependen.

Menurut Ghozali (2018:179) dikutip oleh (Yanti et al., 2022) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2014:277) dikutip (Suhikmat, 2021) bahwa: analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Kualitas Data

3.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS berikut hasil uji instrument dengan menggunakan metode validitas yang dilakukan dengan 30 responden pada konsumen Indomaret Camar Raya Kranggan. Untuk menguji validitas instrument dengan melihat nilai Correlations coefficients. Untuk sampel 30 responden dengan alpha ($\alpha = 5\%$ atau 0,05), didapat R tabel 0,361.

Berdasarkan pada tabel 1, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) yang berjumlah 8 item, diketahui nilai R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan

valid.

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Harga (X1)	X1.1	0,972	0,361	Valid
	X1.2	0,930	0,361	Valid
	X1.3	0,957	0,361	Valid
	X1.4	0,935	0,361	Valid
	X1.5	0,949	0,361	Valid
	X1.6	0,760	0,361	Valid
	X1.7	0,965	0,361	Valid
	X1.8	0,972	0,361	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,935	0,361	Valid
	X2.2	0,935	0,361	Valid
	X2.3	0,954	0,361	Valid
	X2.4	0,950	0,361	Valid
	X2.5	0,945	0,361	Valid
	X2.6	0,930	0,361	Valid

Berdasarkan pada tabel 2, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Harga (X2) yang berjumlah 6 item, diketahui nilai R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel harga (X2) dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,907	0,361	Valid
	Y2	0,840	0,361	Valid
	Y3	0,753	0,361	Valid
	Y4	0,752	0,361	Valid
	Y5	0,677	0,361	Valid
	Y6	0,821	0,361	Valid
	Y7	0,812	0,361	Valid
	Y8	0,837	0,361	Valid

Berdasarkan pada tabel 3, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Keputusan Pembelian (Y) yang berjumlah 8 item, diketahui nilai R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen (indikator) yang digunakan dapat di percaya sebagai alat alat ukur variabel. Pengujian reabilitas dilakukan dengan memebandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan nilai 0,6. Jika nilai crombach alpha lebih dari 0,6 maka varibel yang diteliti reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

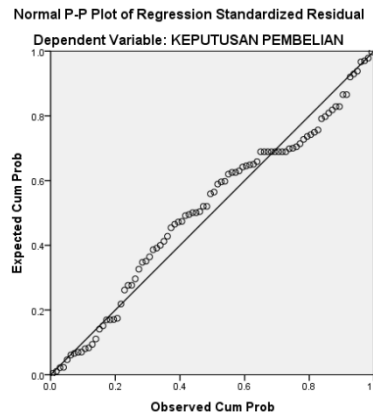
Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	8	0,973	Reliabel
Harga (X2)	6	0,974	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8	0,915	Reliabel

Berdasarkan tabel 4, maka hasil pengujian didapatkan masing-masing variabel (X1,X2, danY) memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6, sehingga dikatakan bahwa seluruh pertanyaan dari instrumen penelitian dinyatakan reliabel, berarti instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Teknik normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel dependent dan independent yang di gunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut ini adalah hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode kurva normal probability plot dan Kolmogorov-Smirnov yang dianalisis menggunakan software SPSS.



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1, hasil dari uji normalitas grafik probability plot menunjukkan titik – titik berhimpit atau berada tidak jauh dari garis diagonal, meskipun titik sempat menjauh namun masih kembali ke garis diagonal, jadi disimpulkan bahwa model regresi residual sudah terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73023825
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.075
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088c

Berdasarkan tabel 5, hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi sebesar 0,088. Dengan ketentuan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas (sig) > 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa signifikansi 0,088 > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal. Sehingga model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan memiliki distribusi normal.

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Pendeteksian terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinieritas yang tinggi. Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS.

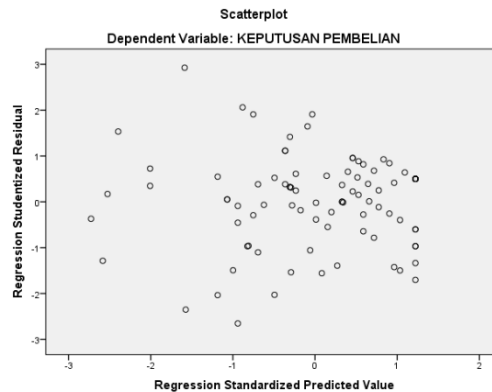
Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022		
Kualitas Pelayanan	.383	.119	.360	3.219	.002	.423	2.364
Harga	.555	.147	.423	3.784	.000	.423	2.364

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa variabel harga (X1) mempunyai nilai tolerance 0,423 dan nilai VIF sebesar 2,364. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai nilai tolerance 0,423 dan nilai VIF sebesar 2,364. Dengan demikian seluruh variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.2.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Pada gambar 2, terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur. Hal ini dapat dilihat pada plot yang terpecah serta tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model regresi linear berganda bebas dari heterokedastisitas sehingga regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian (Y).

3.3 Pengujian Hipotesis

3.3.1 Uji t (secara parsial)

Analisis perbandingan satu variabel bebas dikenal dengan uji t. analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. H_a di terima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < \alpha$ (0,05). Berikut adalah tabel uji t, yang di hasilkan:

Tabel 7. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022
Kualitas Pelayanan	.383	.119	.360	3.219	.002
Harga	6.661	.147	.423	3.784	.000

Hasil Uji (X1) Terhadap (Y) berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 7 dapat di jelaskan hasil uji t. pengujian berpengaruh variabel (X1) terhadap (Y) menghasilkan nilai thitung sebesar 3,219 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga tolak H_0 . Jadi dapat di simpulkan ada pengaruh (X1) terhadap (Y) signifikan.

Hasil Uji (X2) Terhadap (Y) berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 7 dapat di jelaskan hasil uji t. pengujian berpengaruh variabel X1 terhadap Y menghasilkan nilai thitung sebesar 3,784 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga tolak H_0 . Jadi dapat di simpulkan ada pengaruh (X2) terhadap (Y) signifikan.

3.3.2 Hasil Uji F (simultan)

Uji F tergolong analisis komparatif yang terdiri dari dua variabel atau lebih. H_a di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jika H_a di terima artinya signifikan. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 51,047 $>$ nilai F_{tabel} yaitu 3,098 dan signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0,05 maka dapat dikatakan

bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 8.Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	778.532	2	389.266	51.047	.000b
	Residual	663.424	87	7.626		
	Total	1441.956	89			

3.4 Koefisien Determinasi (R2)

Nilai R2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel dependen atau terikat sangatlah terbatas Nilai R square hasil pengujian regresi dapat dilihat padat dibawah ini :

Tabel 9.Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735a	.540	.529	2.761

Pada tabel 9, hasil menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,540 artinya bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) sebesar 54% sedangkan sisanya yaitu 46% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada uji regresi linear berganda penelitian ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh serta signifikansi variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel terikat

Tabel 10.Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022
	Kualitas Pelayanan	.383	.119	.360	3.219	.002
	Harga	.555	.147	.423	3.784	.000

Nilai konstanta b sebesar 6,661 menunjukkan bahwa variabel independen X1, X2 nol atau tidak ada. Maka keputusan pembelian adalah sebesar 6,661. X1) (Kualitas pelayanan) esarnya nilai koefisiensi regresi s0,383. Nilai (b1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan keputusan pembelian (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka keputusan pembelian menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi b sebesar 0,383 artinya jika harga di naikkan sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka keputusan pembelian naik sebesar, 0,383.

Variabel X2 (harga) besarnya nilai koefisiensi regresi (b2) sebesar 0,555. Nilai (b2) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien regresi b2 sebesar 0,555 artinya jika harga di naikkan sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka keputusan pembelian naik sebesar, 0,555 satuan dengan asumsi variabel independent yang lain (kualitas pelayanan) tetap.

3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasar data hipotesis menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan. Berdasar data diatas diperoleh perbandingan yaitu t hitung sebesar 3,219 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian signifikan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Berdasarkan data hipotesis diketahui bahwa nilai 3,784 lebih besar dari ttabel (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga tolak H0. Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian..

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 51,047 > nilai Ftabel yaitu 3,098 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka Ha3 di terima artinya regresi yang di hasilkan signifikan. Artinya kualitas pelayanan dan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Camar Raya Kranggan.

4. Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian diatas bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan, kesimpulan: variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menyatakan bahwa terdapat hubungan antara harga dengan keputusan pembelian. Pengujian hasil uji F dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1), Variabel harga (X2), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan.

Referensi

- Iskandar, D., & Irfan Bahari Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Iwan Kandori. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Indomart Tataaran Patar, Minimasa. *Pendidikan Ekonomi*.
- Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 702–711. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36506>
- Lestari, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8 no 7 (20, 10).
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Di Kta Manado Pada Masa Pandem Covid-19. *Emba*, 9(2303–1174), 4.
- Mulyani, O., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Peningkatan. *Jurnal Ekonomak Vol. 9 No. 3 Desember 2023/13*, 11(1), 132–145.
- Nugraha, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Globalmasa Kinivolume 11No. 02Desember2020*, 11(02), 97–102.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Siti Romelah, D. U. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM) 11* (11), 6(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Suhikmat, N. H. dan M. (2021). Pengaruh Perputaran Kas , Perputaran Piutang dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Laba Sebelum Pajak PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk. *Jurnal Akuntansi FE-UB*, 15(2).
- Syamnarila, A. P., Efendi, A., & Abdullah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Charles & Keith Mall Ratu Indah Makasar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(3), 15–25.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Utomo, K. E., Susena, K. C., & Yustanti, N. V. (2023). The Influence Of Product Quality , Price And Service On Customer Satisfaction At Lesehan 123 Jamik Bengkulu City Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lesehan 123 Jamik Kota Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 343–358.
- Wicaksono, S. Y. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. ... *Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100>
- Yanti, S., Lukita, C., & Astriani, D. (2022). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 284–303.