



---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ANKI INKA BATU JAYA KARAWANG

**Kurdi<sup>1</sup>, Ricky Rizkie<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

[kurdi132005@gmail.com](mailto:kurdi132005@gmail.com)<sup>1</sup>, [ricyrizkie@gmail.com](mailto:ricyrizkie@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### **Abstrak**

Hasil regresi menunjukkan bahwa 42,9% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan Harga sedangkan sisanya 57,1% dijelaskan dengan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis  $t_{hitung}$  (0,218), maka secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di toko anki inka batu jaya karawang. dan variabel harga menunjukkan hasil analisis  $t_{hitung}$  (8,454) dimana  $t_{tabel}$  (1,660) maka secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko anki inka batu jaya karawang. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa hasil simultan variabel kualitas pelayanan dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai  $F_{hitung}$  (38,232) >  $F_{tabel}$  (2,700). Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Anki Inka Batu Jaya Karawang dapat dilihat dari nilai *standardized coefficient beta* tertinggi, yaitu nilai dari variabel harga sebesar (8,454).

**Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian**

### **Abstrak**

*Regression results show that 42,9% of purchasing decision factors can be explained by service quality and price while the remaining 57.1% is explained by other factors that are not examined in this study. The results of the t-test indicate that the service quality variable shows the results of the t-count analysis (0.218), then partially the service quality variable has no positive and insignificant effect on purchasing decisions at Anki Inka Batu Jaya Karawang shop. and the price variable shows the results of the analysis tcount (8.454) where  $t_{table}$  (1.660) then partially the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Anki Inka Batu Jaya store, Karawang. While the results of the F test show that the results of the simultaneous service quality and price variables simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the analysis results that the value of  $F_{count}$  (38.232) >  $F_{table}$  (2.700). The dominant variable influencing purchasing decisions at Anki Inka Batu Jaya Karawang Stores can be seen from the highest standardized coefficient beta value, namely the value of the price variable of (8.454).*

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

(\*) *Corresponding Author:* Kurdi<sup>1</sup>, [kurdi132005@gmail.com](mailto:kurdi132005@gmail.com)<sup>1</sup>

---

## **INTRODUCTION**

Perkembangan bisnis di dunia saat ini begitu pesat dalam perkembangannya, baik bisnis secara *online* maupun *offline* yang bergerak di bidang manufaktur ataupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh serta perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menjadikan persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Dalam menghasilkan suatu produk yang sama atau sejenis dengan kualitas dan mutu yang baik pula, sehingga menyebabkan semakin sempitnya pasar. Hal inilah yang membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mempunyai produk yang berkualitas.

Pertumbuhan persaingan usaha yang semakin ketat mengakibatkan perubahan perilaku konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Perkembangan bisnis ritel dalam pasar modern memberikan alternatif belanja yang menarik bagi konsumen. Pergeseran budaya berbelanja konsumen merupakan salah satu faktor yang ikut mempengaruhi perkembangan ritel dan pasar moderen. Perusahaan ritel harus mampu. Perusahaan ritel harus mampu bersaing dan menciptakan strategi yang baik, yang tidak hanya berfokus pada menjangkau konsumen atau memuaskan konsumen dalam waktu sesaat saja, tetapi harus menciptakan kepuasan konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian kembali dan tidak beralih ke pesaing lain atau toko yang lain.

Perusahaan yang bergerak di bidang ritel yang bertahan dalam persaingan tersebut salah satunya adalah Toko Anki Inka Batu Jaya Karawang, merupakan salah satu toko sembako yang memasok untuk toko atau warung-warung kecil untuk di perjual belikan kembali. Toko Anki Inka mencakup berbagai macam kebutuhan sehari-hari bisa di bilang cukup lengkap apa yang di jual di Toko Anki Inka ini. Toko Anki Inka dirancang sedemikian strategis dan menarik, sehingga dalam berbelanja konsumen dapat mencari barang-barang atau produk sembako dengan mudah. Namun terdapat kemungkinan juga Toko Anki Inka akan mengalami penurunan penjualan, karena semakin banyaknya Toko, pesaing-pesaing atau perusahaan yang bergerak dibidang ritel Toko sembako, yang mempunyai kualitas dan mutu yang hampir sama dengan Toko sembako Anki Inka yang menawarkan berbagai produk dengan harga yang lebih terjangkau, dan lengkap penyediaan setok barangnya.

## **METHODS**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), *deskriptif*, penjelasan (*explanatory*) atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang di ajukan pada responden. Dalam penelitian survei digunakan untuk meneliti gejala sesuatu kelompok atau perilaku individu. Panggilan data dapat melalui kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner, dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden. Wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung (sujarweni, 2018:89).

### **Populasi dan sampel**

#### **Populasi**

Banyak para ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya Sugiyono (2021:126) mengatakan bahwa:

“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian yang dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan nya. Jadi populasi bukan hanya orang, tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan juga sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu”.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan toko anki inka batu jaya karawang. jumlah pelanggan rata-rata berdasarkan informasi dari pihak toko anki inka batu jaya karawang setiap bulannya mencapai 7.764 pelanggan. Yaitu dari total penjualan januari sampai desember dibagi 12

bulan, yaitu  $93.177 : 12 = 7.764$  pelanggan oleh sebab itu dalam penelitian kami menggunakan angka 7.764 sebagai populasi penelitian.

### Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2021:128) mengatakan bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang di pelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).”

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih di kenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d<sup>2</sup> = Presentasi kelonggaran ketidak terikan karena kesalahan pengambilan yang masih diinginkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

sumber: Sujarweni (2018:66)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

7.764

$n = (7.764) \times (0.1)^2 + 1$

= 99,87 (dibulatkan menjadi 100 responden)

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2021:113).

### Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2021:194). menyatakan bahwa:

“terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang di gunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan rehabilitasinya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak di gunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Selanjutnya perlu peneliti sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini, bahwa penulis mengumpulkan data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, juga data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen (Sugiono, 2021:194). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan menurut Sugiono, (2021:199) adalah:

#### 1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah

responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup, atau terbuka, dapat di berikan kepada responden secara langsung atau di kirim melalui pos atau internet.

## 2. Observasi (Pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah di rumuskan sebelumnya. Data-data yang telah di kumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang di gunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat nya. Analisis dilakukan untuk menguji hipotesis yang di ajukan dengan menggunakan regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel (X1), (X2),..... (Xn) terhadap variabel (Y) (Sujarweni,2018:140). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan mode matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat ( pembelian)

A = Intersep (titik potong sumbu Y)

b<sub>1</sub>...b<sub>2</sub> = Koefisien regresi ( konstanta) X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Harga

e = Standar error

Sumber: Sujarweni (2018:140)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program For Social Science* (SPSS). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode *enter*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kuantitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolieritas, dan uji heteroskedatitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji t (Uji Parsial), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dan uji F ( Uji Simultan).

## RESULTS & DISCUSSION

### Results

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur.

Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dikatakan valid jika r hitung > 0,3. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan kuesioner yang peneliti susun, dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.4800	25.707	.463	.833
X1.2	38.1700	25.213	.589	.823
X1.3	38.5100	23.343	.661	.814
X1.4	38.4700	24.231	.649	.817
X1.5	38.4400	24.552	.560	.825
X1.6	38.3300	23.355	.530	.830
X1.7	38.3000	24.455	.563	.824
X1.8	38.2600	26.134	.388	.840
X1.9	38.2600	25.528	.431	.837
X1.10	38.0900	25.113	.572	.824

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r hitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	43.6800	38.442	.466	.803
X2.2	43.6500	37.139	.516	.798
X2.3	43.6100	37.149	.487	.801
X2.4	43.4200	39.741	.323	.814
X2.5	43.6300	38.316	.443	.805
X2.6	43.6400	35.889	.626	.788
X2.7	43.5300	39.221	.318	.816
X2.8	43.4700	39.646	.337	.813
X2.9	43.7900	35.521	.655	.785
X2.10	43.8500	37.199	.450	.805
X2.11	43.6300	37.730	.476	.802
X2.12	43.5900	38.002	.511	.799

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r hitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	43.3300	30.425	.397	.769
Y2	43.5400	29.322	.447	.764
Y3	43.4800	30.111	.352	.775
Y4	43.4000	30.384	.376	.771
Y5	43.4400	29.946	.439	.765
Y6	43.5800	28.428	.580	.750
Y7	43.3000	30.293	.418	.767
Y8	43.2100	31.339	.341	.774
Y9	43.5300	28.979	.493	.759
Y10	43.6700	29.779	.409	.768
Y11	43.4200	29.822	.408	.768
Y12	43.3900	30.543	.390	.770

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai rtabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel keputusan pembelian tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) jika memiliki koefisien keandalan atau *cronbach's alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Di bawah ini peneliti sajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikat nya atas dasar perhitungan dengan menggunakan SPSS.

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

VARIABEL	Cronbach's $\alpha$	KESIMPULAN
Kualitas Pelayanan	0,841	Reliabel
Harga	0,816	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,782	Reliabel

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

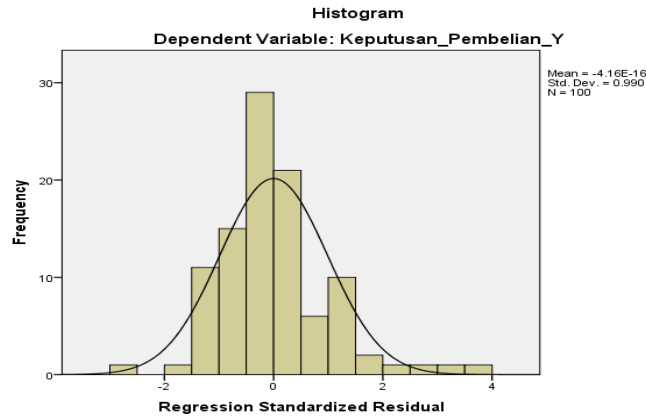
## Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Normalitas

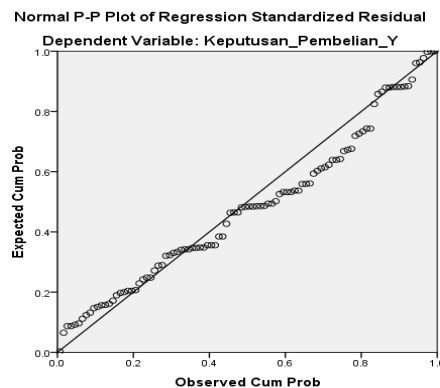
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan

bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, pendekatan grafik p-p plot maupun pendekatan *Kolmogorv-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*, data residual dikatakan berdistribusi normal bila nilai *Asymp Sig (2-tailed)* > taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Histogram**

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel ber distribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian.



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot**

Pada grafik p-p plot di atas diperoleh plot-plot atau titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,1 atau *VIF* < 5. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)**

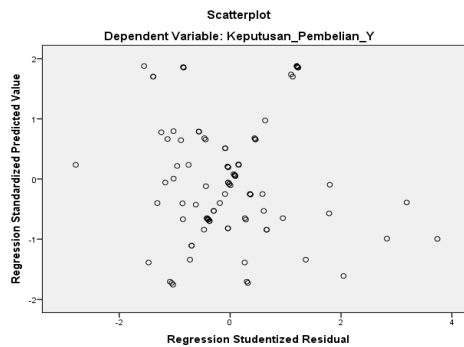
VARIABEL	TOL.	VIF
Kualitas Pelayanan	0,947	1,057
Harga	0,947	1,057

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen tersebut di atas 0,1 serta nilai *VIF* variabel independen nya semua di bawah 5 yang berarti bahwa semua variabel independen

tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Di bawah ini terdapat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.



**Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik**

Garfik Scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen nya.

### Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang ada dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis antara lain persamaan regresi, uji t (uji parsial), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F (uji simultan).

#### 1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel 4.10. di bawah ini. Dari tabel tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	18.716	4.297		4.355	.000		
1							
Kualitas_Pelayanan_X1	.018	.084	.017	.218	.828	.947	1.057
Harga_X2	.586	.069	.660	8.454	.000	.947	1.057

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

Melihat nilai Unstandardized Coefficients Beta di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 18,716 + 0,018X_1 + 0,586X_2$$

Yang berarti bahwa:



- Konstanta sebesar 18,716, yang berarti jika variabel kualitas pelayanan dan harga dianggap nol maka variabel keputusan pembelian nilainya sebesar 18,716.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,018 artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu poin sementara variabel harga diasumsikan tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,018 poin.
- Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,586 artinya jika variabel harga mengalami kenaikan sebesar satu poin sementara kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,586 poin.

## 2. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara parsial atau secara sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana kualitas pelayanan dan harga dan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.

Hasil Uji t penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Coefficients* 4.10. di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig-nya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

VARIABEL	t <sub>hitung</sub>	Sign.	SIMPULAN
Kualitas Pelayanan	0,218	0,828	Tidak Pengaruh
Harga	1,808	0,000	Berpengaruh

Untuk menentukan  $H_0$  atau  $H_1$  yang ditolak atau diterima maka nilai  $t_{hitung}$  di atas dapat dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,660. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka karena  $t_{hitung}$  (0,218) <  $t_{tabel}$  (1,660) serta nilai signifikansi nya di atas 0,05.
- Secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka karena  $t_{hitung}$  (8,454) >  $t_{tabel}$  (1,660) serta nilai signifikansi nya di bawah 0,05.

## 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau dikenal dengan nama Uji Simultan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua variabel bebas (*independent*) dalam hal ini kualitas pelayanan dan harga bersama-sama terhadap variabel terikat nya (*dependent*) yaitu keputusan pembelian. Adapun hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *anova* di bawah ini.

**Tabel 8. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1525.096	2	762.548	38.232	.000 <sup>b</sup>
Residual	1934.694	97	19.945		
Total	3459.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

b. Predictors: (Constant), Harga\_X2, Kualitas\_Pelayanan\_X1

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  yang diolah dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) adalah sebesar 38,232. Sementara itu nilai  $F_{tabel}$  yang dapat dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 2,700. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai  $F_{hitung} = 38,232 >$  dari  $F_{tabel} = 2,700$ . Ini berarti bahwa variabel *independent* yang terdiri dari

kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.

#### 4. Koefisien Determinasi

Setelah variabel *independent* dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), seperti terlihat di bawah ini.

Tabel 4.13. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 <sup>a</sup>	.441	.429	4.46602

a. Predictors: (Constant), Harga\_X2, Kualitas\_Pelayanan\_X1

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,429 atau 42,9%. Ini berarti bahwa variabel *independent* berupa kualitas pelayanan dan harga bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent* keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka sebesar 42,9% sedangkan sisanya 57,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 5. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Standardized Coefficients Beta* seperti terlihat pada tabel 4.10. di atas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai nilai *Standardized Coefficients Beta* paling besar adalah variabel harga yaitu sebesar 0,586 yang berarti bahwa variabel harga merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Anki Inka.

### DISCUSSION

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui kendala pada Toko Anki Inka khususnya mengenai keputusan pembelian sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan harga maka permasalahan tersebut setidaknya mulai terjawab. Dua variabel independen yang digunakan, terdapat satu variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Anki Inka yaitu harga. Sedangkan variabel independen lainnya yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Anki Inka.

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan dalam melayani konsumen guna mendapatkan kepuasan dan kepercayaan atas konsumen tersebut. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Anki Inka. Karena nilai t hitung lebih kecil dari 0,05 dalam SPSS maka H<sub>0</sub> di tolak artinya tidak berpengaruh signifikan. Dilihat dari beberapa pernyataan kuesioner mengenai kualitas pelayanan, pernyataan dengan nilai validitas terendah terdapat pada pernyataan Adanya jaminan jika produk yang dibeli di toko anki inka tidak ada yang kadaluarsa. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan produk di Toko Anki Inka kurang atau bahkan tidak mampu bersaing dengan toko-toko sejenis lainnya. Hal ini disebabkan karena kurangnya strategi toko dalam menjaga kualitas produk agar tidak terjadinya kadaluarsa produk yang akan di jual belikan. Oleh karena itu, sebaiknya pemilik toko dapat lebih memperhatikan strategi penetapan kualitas pelayanan pada produk yang akan di jual belikan kepada konsumen, agar produk tetap terjaga kualitasnya dan tidak terjadi kadaluarsa pada produk agar dapat merubah persepsi konsumen dan

mampu bersaing dengan toko sejenis ditempat lain sehingga dapat terciptanya keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.

Harga adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian untuk itu perlu strategi dalam penetapan harga agar dapat menarik minat konsumen.

Dalam penelitian ini variabel kualitas harga signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Anki Inka. Hal ini terjadi karena harga yang diberikan oleh Toko Anki Inka dapat mempengaruhi konsumen untuk menarik minat konsumen agar mau membeli di toko tersebut. Harga yang diberikan Toko Anki Inka kepada konsumennya yaitu dengan harga yang relatif terjangkau kepada konsumen, harga yang mampu bersaing dengan toko yang sama yaitu membuat konsumen merasa puas dan percaya sehingga konsumen akan membeli di Toko Anki Inka.

Dengan melihat uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari kualitas harga terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Namun, terdapat satu variabel *independent* yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel kualitas pelayanan.

## CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan evaluasi data yang telah dilakukan terhadap variabel- variabel dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

Sesuai dengan analisis interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.
2. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.
3. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Anki Inka.

## SUGGESTIONS

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran, sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan didapat pengaruh yang tidak signifikan yang berarti variabel kualitas pelayanan ini tidak terlalu berarti bagi konsumen atau bisa dikatakan bahwa konsumen tidak sensitif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dilihat dari pernyataan, terdapat pernyataan terendah yaitu yang menyatakan bahwa Adanya jaminan jika produk yang dibeli di toko anki inka tidak ada yang kadaluarsa. untuk itu perlu dilakukannya pengamatan terhadap kualitas pelayanan yang di terapkan oleh pesaing-pesaing sekitar maupun di luar dan juga perlu adanya strategi dalam penetapan kualitas pelayanan agar konsumen lebih sensitif dalam pelayanan yang diberikan dan menciptakan banyak keputusan pembelian.
2. Dalam hasil penelitian, harga berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Maka dengan itu, pemilik toko sebaiknya selalu memperhatikan strategi harga yang diterapkan. Hal ini menjadi sangat penting karena variabel ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Anki Inka. Inovasi harga yang relatif murah dan terjangkau bagi para konsumen, agar mampu menarik banyak lagi pelanggan. Jangan sampai harga yang melambung naik pada produk-produk yang di minati para konsumen karena akan membuat pelanggan tidak akan melakukan pembelian di Toko Anki Inka karena melihat harga yang murah di toko lainnya.
3. Selain dengan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini, keputusan pembelian juga harus ditingkatkan lagi dengan berbagai upaya yang dilakukan secara terus-menerus kepada calon konsumen menggunakan variabel lainnya. Hal ini diharapkan dapat menciptakan pelanggan-pelanggan baru dan meningkatkan penjualan produk di Toko Anki Inka.

4. Diperlukan penelitian lanjutan dengan variabel lainnya, untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Anki Inka.

## REFERENCES

- Astuti, M & N. Matondang. (2020). Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media. Sleman: Deepublish
- Musfar, Tengku Firlil (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen pemasaran. Kota Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran: Bandung: Alfabeta
- Kasmir, (2017). Customer service Excellent. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Widjojo, Handyanto., Suherman, Widjaja., Robby,Poniman., Rudy, Handoko., A.I.Wibowo., Yudho, Hartono., F,M. Sari., dan Ferdy, Oktavian., (2017). Sari- sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis. Cetakan Pertama. Jakarta : Prasetiya Mulya Publishing.
- Abdullah, T dan F. Tantri. (2017). Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke-6. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, p & K. L. Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. (Alih bahasa Bob, S). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sawlani DK. (2021). Keputusan Pembelian *online*: kualitas *website*, keamanan dan kepercayaan. Surabaya. Secopindo.
- Sujarweni. (2018). Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: PUSTAKA BARUPERS.
- Sujarweni, V. Wiratna (2019). Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: PUSTAKA BARUPERS.
- Setiadi, Nugroho. (2019). Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. Edisi Ketiga. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rangkuti. F. (2017). Riset Pemasaran. Cetakan Keempat Belas. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Gunarsih, CM, Kalangi, J.A.F & Tamengkel, L.F (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko pelita jaya buyungon amurang. *productivity*, Vol 2, No 1, 2021. e-ISSN. 2723-0112 <http://ejournal.unsrat.ac.id> Diakses pada 13 Agustus 2022. Universitas Sam Ratulangi.
- Suprpto, R & Nafisah, D (2020). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan pembelian konsumen di unit toko ausath grosir sembako koopontren ausath blokagung. *Jurnal Ekonomi Syariah Darusalam*. Vol I No 1 Agustus 2020, ISSN: 2745-8407 <http://ejournal.iaida.ac.id> Diakses pada 18 Agustus 2022. Institut Agama Islam Darusalam Blokagung Banyuwangi.
- Afiani, D (2019). Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada tokostars secara. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol 07 No 03 Tahun 2019, ISSN: 2337-6078 <http://ejournal.unesa.ac.id> Diakses pada 19 Agustus 2022. Universitas Negeri Surabaya.