

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA (STUDI KASUS KONSUMEN SWALAYAN MAJU BERSAMA KAPTEN MUSLIM)

Adeliyansah Situmorang¹ Ananda Fitriani Dewi²
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Potensi Utama
@adeliyansyah03@gmail.com, @ananda.fitriani.dewi90@gmail.com

Alamat: JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli,
Kota Medan, Sumatera Utara 20241;Telepon: (061) 6640525

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data koesioner, wawancara, dan observasi. penarikan jumlah sampel menggunakan rumus simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil dari penelitian ini adalah, maka Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Pada Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Kemudian dalam penelitian diketahui variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen di Swalayan Kaptan Muslim.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Konsumen

ABSTRACT

In this study aims to determine the effect of price and service quality on consumer decisions. The research uses quantitative methods with questionnaire data collection techniques, interviews, and observations. withdrawal of the number of samples using simple random sampling formula. Data analysis techniques used in this study are using descriptive analysis, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The result of this study is that price partially has a significant effect on consumer decisions. The quality of service partially has a significant effect on consumer decisions. Then in the study it was found that the price variable (X1) and the service quality variable (X2) together had a significant effect on consumer decisions at the Captain Muslim Supermarket.

Keywords : Price, Service Quality, and Consumer Decisions

1. PENDAHULUAN

Pada situasi era globalisasi sekarang ini yang sangat terus berkembang menjadikan perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Semakin ketatnya persaingan dunia usaha dalam memasarkan produknya ditandai dengan semakin banyaknya produk baru yang terus bermunculan dipasaran dengan tawaran harga yang terjangkau serta didukung oleh pelayanan yang baik dari perusahaan. Banyak nya usaha sejenis yang bermunculan dan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat tersebut, maka untuk menghadapi situasi demikian perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat bertahan dalam situasi persaingan yang ketat.

Perusahaan Ritel ini memiliki peranan yang penting bagi perekonomian masyarakat indonesia, karena perusahaan ritel sebagai industri yang tinggi dalam penyerapan tenaga kerja, maka ini mengartikan bahwa banyak masyarakat indonesia yang menggantungkan hidupnya di perusahaan ritel. Dengan tingginya angka pertumbuhan ritel mengakibatkan jumlah pesaing bisnis ritel yang juga kian semakin meningkat sehingga membuat perusahaan harus selalu memperhatikan hal apa saja yang harus dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Seperti kemampuan daya beli hingga pelayanan yang baik yang tidak di dapatkan dari pelayanan pesaing.

Salah satu perusahaan ritel adalah PT. Pasar Swalayan Maju Bersama yang merupakan salah satu perusahaan ritel yang berdiri pada tahun 2016 beralamat di Jl.Kaptan Muslim No.71, Dwi Kora Kec. Medan Helvetia Kota. PT.Pasar Swalayan Maju Bersama atau lebih dikenal dengan swalayan maju bersama adalah salah satu perusahaan ritel yang menjual kebutuhan sehari-hari dan rumah tangga seperti bahan pangan, minuman, peralatan rumah tangga, kosmetik, produk perawatan kulit, hingga pakaian dan peralatan lainnya.

Swalayan Maju Bersama tidak lepas dari adanya strategi harga dan strategi kualitas pelayanan yang dapat mendukung keputusan konsumen dalam berbelanja, karena konsumen mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi dan setiap konsumen selalu berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan sebaik-baiknya, maka setiap perusahaan Swalayan Maju Bersama dituntut untuk memiliki strategi yang menarik perhatian konsumen dalam memutuskan pembelian sehingga dapat bertahan di ketatnya persaingan usaha bisnis di masa kini.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang juga tak kalah penting dari faktor harga dan juga yang dibutuhkan setiap konsumen, Konsumen juga akan menilai dari segi pelayanan yang diberikan kepada mereka, Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah keramahan dari setiap pelayan, Kecepatan dan ketepatan dalam melayani, Kenyamanan yang diberikan dalam melayani, Sehingga dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dalam berbelanja dan juga mampu memberikan kesetiaan konsumen untuk tetap berbelanja di perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di Swalayan Maju Bersama sehingga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Swalayan Maju Bersama (Studi Kasus Konsumen Swalayan Maju Bersama Kapt. Muslim)”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Keputusan Konsumen

1) Pengertian Keputusan Konsumen

Pendapat dari Syafarudi (2021:137) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalah nya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya dan kemudian mengarah kepada keputusan pembelian konsumen. Adapula pendapat Alma (2019:24) Keputusan konsumen dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, people dan proses. Maka membentuk suatu sikap dari konsumen untuk mengelolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa keputusan pembelian pada produk tersebut.

Dari beberapa pengertian keputusan konsumen dari para ahli tersebut maka disimpulkan bahwa keputusan konsumen adalah proses atau tindakan yang dilakukan konsumen baik individu, kelompok, dan organisasi dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

B. Harga

1) Pengertian Harga

Harga merupakan faktor penting dalam penjualan maupun pembelian, bagi perusahaan harga adalah salah satu strategi penting dalam hal menghasilkan keuntungan atau laba, keuntungan tersebut akan tercapai apabila perusahaan mampu menyesuaikan harga sesuai dengan produknya dan keadaan ekonomi konsumen maupun ekonomi lingkungan pasar. Namun bagi konsumen harga tersebut menjadi salah satu penentu dalam memutuskan pembelian, serta hargadianggap untuk mengidentifikasi suatu nilai dari produk maupun jasa, semakin mahal harga suatu produk tersebut maka semakin bernilai dan bermutu pula.

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atas produk atau jasa.

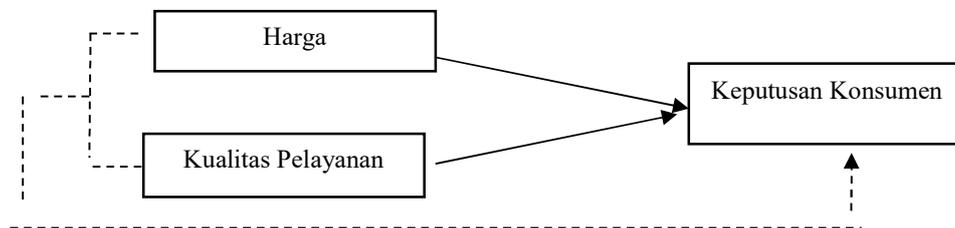
C. Kualitas Pelayanan

1) Defenisi Kualitas Pelayanan

Tidak kalah penting dari harga yang menjadi salah satu faktor berpengaruh terhadap kebutuhan konsumen karena pada dasarnya konsumen juga akan menilai suatu produk atau jasa dari pelayanan yang di dapat. Semakin baik pelayanan yang di dapat konsumen maka akan memberikan kesan yang baik di hati para konsumen. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2020:609) Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, adapun pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen demi memberikan pelayanan yang berkualitas adalah dalam hal melayani konsumen dengan ramah, cepat dan tepat, sopan santun terhadap konsumen, kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Kemudian Lewis dan Booms (2019:1253) Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ada pula Simamora (2020: 25) Kualitas pelayanan adalah proses menyampaikan layanan, pelayanan tidak hanya dalam personal melainkan bisa pula dengan alat atau fasilitas, paket pelayanan yang baik adalah dengan pelayanan personal yang juga dibantu dengan pelayanan alat dan fasilitas yang disediakan.

D. Kerangka Konseptual



Gambar.1 Kerangka Kosptual
(Sumber: Data Diolah 2022)

E.Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang bersifat sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada swalayan maju bersama.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada swalayan maju bersama.
3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada swalayan maju bersama

3. METODE PENELITIAN

A.Jenis Dan Sumber Data

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Siyoto dan Sodik (2020, hal. 238) Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, yang dimulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Kemudian data tersebut diolah menggunakan uji statistik, yang data tersebut diperoleh dari hasil koesioner yang telah dibagikan sebelumnya kepada responden tentang masalah yang sedang diteliti. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan dengan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan populasi yang ada dan perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu.

2) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

B.Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian adalah Swalayan Maju Bersama, yang terletak pada Jl.Kaptan Muslim No.71, Dwi Kora, Kec.Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara, 20117.

C.Populasi Dan Sampel

1) Populasi

Pendapat dari Hardani, dkk (2020:361) Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Populasi penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi.

2) Sampel Penelitian

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari bagian populasi. Hardani, dkk (2020:362) Sampel adalah sebagian populasi yang diambil menggunakan teknik sampling. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara umum atau siapa saja konsumen yang melakukan pembelian di swalayan maju bersama dan bersedia memberikan informasi melalui koesioner yang telah disediakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada karyawan di Penelitian ini dilakukan peneliti di Lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian adalah Swalayan Maju Bersama, yang terletak pada Jl. Kapten Muslim No.71, Dwi Kora, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara, 20117 dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Harga (X1) sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Harga

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	20	20%	13	13%	0	0	36	36%	31	31%
2.	10	10%	34	34%	1	1%	47	47%	8	8%
3.	18	18%	31	31%	0	0	31	31%	20	20%
4.	11	11%	26	26%	0	0	45	45%	18	18%

Sumber: hasil penelitian (2022)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga Produk yang ditawarkan Swalayan Maju Bersama bervariasi dan terjangkau bagi konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 36 responden (36%). maka dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Swalayan Maju Bersama sangat terjangkau dan juga bervariasi.

b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Swalayan Maju Bersama menyediakan produk dengan Kualitas yang baik tapi dengan Harga yang Murah.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 47 responden (47%). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap harga barang sesuai dengan kualitas yang di dapatkan konsumen.

c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga yang ditawarkan Swalayan Maju Bersama memiliki persamaan dengan Harga yang ditawarkan oleh pesaing.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 31 responden (31%). Maka dapat disimpulkan bahwa harga pada setiap produk yang ada di Swalayan Maju Bersama memiliki persamaan dengan perusahaan retail lainnya.

d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga yang ditawarkan oleh Swalayan Maju Bersama sebanding dengan manfaat yang dirasakan Konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 45 responden (45%). Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan pihak swalayan sebanding dengan manfaat yang di dapatkan konsumen.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	10	10%	32	32%	5	5%	43	43%	10	10%
2.	22	22%	22	22%	1	1%	34	34%	21	21%
3.	17	17%	41	41%	0	0	24	24%	18	18%
4.	12	12%	31	31%	0	0	31	31%	26	26%
5.	15	15%	35	35%	0	0	17	17%	33	33%

Sumber: hasil penelitian (2022)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Kondisi Ruangan dan Karyawan di Swalayan Maju Bersama Rapi dan Bersih.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 43 responden (43%). maka dapat disimpulkan bahwa kondisi ruangan tergolong rapih dan juga bersih.

b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan Swalayan Maju Bersama memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 34 responden (34%). Maka dapat disimpulkan bahwa sistem pelayanan yang ada di Swalayan Maju Bersama tergolong cepat dan tanggap dalam melayani konsumen.

c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa aman dan nyaman dalam berbelanja di Swalayan Maju Bersama.” Jumlah responden yang dominan tidak setuju sebanyak 41 responden (41%). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen yang datang berbelanja selalu akan diawasi oleh pramuniaga dan di rasa akan sangat aman dan nyaman.

d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan Swalayan Maju Bersama selalu memberikan sapaan dengan ramah dan juga selalu senyum kepada konsumen.” Jumlah responden yang dominan tidak setuju sebanyak 31 responden (31%). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen yang datang berbelanja akan selau di sapa oleh para pramuniaga.

e. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Karyawan Swalayan Maju Bersama memiliki sikap yang sigap dan cepat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.” Jumlah responden yang dominan tidak setuju sebanyak 35 responden (35%). Maka dapat disimpulkan bahwa para pekerja yang bekerja di Swalayan Maju Bersama selalu sigap dan tanggap dalam melayani konsumen.

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Konsumen

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	25	25%	25	25%	0	0	32	32%	18	18%
2.	7	7%	36	36%	1	1%	52	52%	4	4%
3.	16	16%	41	41%	19	19	13	13%	11	11%

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA (STUDI KASUS KONSUMEN SWALAYAN MAJU BERSAMA KAPTEN MUSLIM)

4.	0	0	42	42%	0	0	57	57%	1	1%
----	---	---	----	-----	---	---	----	-----	---	----

Sumber: hasil penelitian (2022)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Produk yang ditawarkan Swalayan Maju Bersama sesuai dengan kebutuhan konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 32 responden (32%). maka dapat disimpulkan bahwa semua produk yang di jual di Swalayan Maju Bersama sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Swalayan Maju Bersama mempermudah konsumen dalam membeli produk yang dibutuhkan konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 52 responden (52%). Maka dapat disimpulkan bahwa pihak Maju Bersama mampu mempermudah konsumen dalam membeli kebutuhan para konsumen.

c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Swalayan Maju Bersama menyediakan produk yang berkualitas dengan tawaran harga sesuai dengan kemampuan konsumen.” Jumlah responden yang dominan setuju sebanyak 52 responden (52%). Maka dapat disimpulkan bahwa pihak Swalayan Maju Bersama menawarkan produk yaang berkualitas dan juga dengan harga yang tergolong terkangkau.

d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Saya akan kembali melakukan pembelian di Swalayan Maju Bersama.” Jumlah responden yang dominan tidak setuju sebanyak 52 responden (52%). Bahwa masih terdapat konsumen yang tidak lembali datang untuk membeli hal ini dikarenakan perusahaan yang sama juga menjual berbagai kebutuhan rumah tangga.

B.Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalisasi data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogrov-Smimov* yaitu dasar pengambilan keputusan yang dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significated*) dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal
- b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Tabel 5. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std.	1,8480280

	Deviation	3
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,065
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,124 ^c

Sumber: Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui bahwa nolai signifikansi Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,124 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2) Uji Hetroekedastisitas

Dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

a. Jika Nilai Signifikan, lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 6. Uji Glejser

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	,115
	Harga (X1)	,127
	Kualitas Pelayanan (X2)	,339
a. Dependent Variable: Abs		

Sumber: Data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel Harga yaitu 0,127 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05 , kemudian pada pengujian yang kedua variabel Kualitas Pelayanan yaitu dengan nilai 0,339 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05 Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heterokedastisitas dengan melihat uji glejser memenuhi ketentuan > dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini menggunakan analisis matrik korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflatin Factor* (VIF). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dengan sebagai berikut:

a. Jika $Tolerance > 0,1$ dan $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas.

b. Jika Tolerance < 0,1 dan VIF > 10, maka terdapat multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga (X1)	,651	1,537
	Kualitas Pelayanan (X2)	,651	1,537
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)			

Sumber: Data SPSS Versi 25

Dari tabel uji multokolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Dengan nilai *tolerance* > 0,10 yaitu untuk variabel Harga dengan nilai 0,651 yang berarti $0,651 > 0,10$, variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai 0,651 yang berarti $0,651 > 0,10$ maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

2. Dengan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian Harga yaitu sebesar 1,537 yang berarti $1,537 < 10$, untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai VIF sebesar 1,537 yang berarti $1,537 < 10$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

C. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda tersebut diasumsikan ada hubungan timbal balik antara variabel independent baik secara positif yang dihitung dalam perhitungan, adapun bentuk persamaan linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,747	1,108
	Harga (X1)	,284	,091
	Kualitas Pelayanan (X2)	,270	,075
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)			

Sumber: Data SPSS Versi 25

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa yang paling besar pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen adalah nilai Variabel Harga (X1) sebesar 28,4%. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa peningkatan terhadap Keputusan Konsumen lebih cenderung dipengaruhi oleh Variabel Harga.

D.Uji Hipotesis

1) Uji Parsial

Uji t merupakan pengujian masing-masing variabel bebas yang dilakukan untuk melihat adanya pengaruh signifikan yang parsial dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,38 1	,001
	Harga (X1)	3,13 9	,002
	Kualitas Pelayanan (X2)	3,62 5	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)			

Sumber: Data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis ditolak yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = 100-2= 98. Nilai t_{tabel} untuk n= 98 adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} 3,139 > t_{tabel} 1,984$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti secara parsial Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen hal ini di karenakan uji ketentuan dalam Uji T adalah T_{hitung} harus lebih besar dari T_{tabel} .

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis ditolak yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = 100-2= 98. Nilai t_{tabel} untuk n= 98 adalah 1,984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen diperoleh nilai $t_{hitung} 3,625 > t_{tabel} 1,984$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti secara parsial Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen hal ini di karenakan uji ketentuan dalam Uji T adalah T_{hitung} harus lebih besar dari T_{tabel} .

2) Uji Simultan

Uji f merupakan pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, adapun rumus uji f yang dapat dilakukan adalah dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regressio n	28,009	,000 ^b
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)			
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)			

Sumber: Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen Swalayan Maju Bersama..

E.Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentasi pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Swalayan Maju Bersama.

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605 ^a	,366	,353	1,867
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)				

Sumber : Hasil SPSS (2022)

Nilai dari *R Square* sebesar 0,366 berarti 36,6% faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan karyawan pada Swalayan Maju Bersama dapat dijelaskan oleh Harga dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya 63,4% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

F.Pembahasan

1) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pada Konsumen Swalayan Maju Bersama

Hasil analisis data statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tepat penentuan harga yang di lakukan pihak swalayan maka akan semakin baik juga tanggapan para konsumen terhadap perusahaan itu sendiri dikarenakan pihak konsumen terkhususnya para pelanggan Swalayan Maju Bersama menginginkan harga yang murah dan juga manfaat yang baik kepada

mereka. Penentuan harga dalam hal ini perusahaan Swalayan Maju Bersama sangat menentukan sekali dalam menarik para konsumen dalam berbelanja kemudian penentuan harga yang tepat menjadi kunci supaya konsumen tidak terbebani dengan hal tersebut.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Konsumen Swalayan Maju Bersama.

Hasil analisis data statistik membuktikan bahwa Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dilakukan pihak perusahaan. Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel harga dengan fenomena serta telah dilakukannya penyebaran kuisioner yang telah dipaparkan penulis pada bab sebelumnya maka dapat di jelaskan bahwa menurut. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

3) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Konsumen Swalayan Maju Bersama.

Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel harga dengan fenomena serta telah dilakukannya penyebaran kuisioner yang telah dipaparkan penulis pada bab sebelumnya maka dapat di jelaskan bahwa secara bersama sama variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen dikarenakan secara keseluruhan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Nopita (2016) dengan judul penelitian Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian seragam sekolah (studi pada Toko Maju Bandar Lampung).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pemaparan diatas maka pada variabel Harga dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Maju Bersama, hal ini dapat di jelaskan bahwasanya penentuan harga adalah salah satu faktor yang nantinya mempengaruhi para konsumen yang datang sehingga pihak perusahaan harus benar-benar dalam menentnyukan harga pada setiap produk.

2. Berdasarkan hasil pemaparan diatas maka pada variabel Kualitas Pelayanan dikatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini juga di dasari bahwa pelayanan yang baik nantinya akan mempengaruhi niatan dari pada konsumen datang untuk datang membeli sehingga sistem pelayanan yang baik akan berdampak pada peningkatan dari keputusan untuk membeli dari konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi perusahaan agar selalu mempertimbangkan segala kemungkinan atau kebijakan, sehingga nantinya konsumen mengetahui segala kebijakan ataupun perubahan yang telah di buat sebagai contoh terkait dengan penentuan harga diharapkan setiap barang yang di jual sudah sesuai dengan kemampuan yang di miliki oleh konsumen sehingga konsumen tidak

terbebani terkait dengan harga tersebut. Kemudian juga diharapkan bagi perusahaan yang terkait dengan pelayanan harus mampu memberikan nilai kepuasan kepada konsumen yang datang, dan yang paling penting adalah keramah tamahan dari para petugas.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan perbaikan sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi lebih baik dan lebih komprehensif, dan dapat mengidentifikasi dan menambahkan variabel-variabel lain agar memperkuat variabel yang mempengaruhi Harga dan Kualitas Pelayanan sehingga menghasilkan kesimpulan yang baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya Mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah menerima saya menjadi mahasiswa sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya sampai selesai. Saya Juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Universitas Potensi Utama dan juga civitas yang berada di kampus yang telah bersedia membimbing dan mengajar saya sampai saya menggapai gelar sarjana.

REFERENSI

- [1] Anwar, Iful. 2015. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4(12)
- [2] Apriwati, Sholihat. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie." *Jurnal Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat* 5(1).
- [3] Arianto, Nurmin. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1(2). p-ISSN 2598-0823, e-ISSN 2598-2893.
- [4] Aris, Budiono. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian." *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 17(2). p-ISSN 0216-5287, e-ISSN 2614-5839.
- [5] Asrizal, Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana. 2018. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada Alfamart di kota Medan)." *Jurnal Seminar Nasional Vokasi Indonesia* 1(1):83-84. e-ISSN 2654-6493.
- [6] Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan 1* 1*. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- [7] Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie Sisca, D., Mangiring Parulian Simarmata Lalu Adi Permadi, H., Novela Editor, V., Watrianthos Desain Sampul, R., Kreatif Kita Menulis, T., & Yayasan Kita Menulis, P. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- [8] Ineke, Chintya Novalia dan Abid Muhtarom. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV.Boga Lestari." *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)* 1(1). ISSN 2715-9094.

- [9] Jackson R.S Weenas.(2020). “Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian SPING BED COMFORTA.” Jurnal EMBA 1(4) :609.ISSN: 2303-1174
- [10]Kurniasari, Nova Dhita dan Suryono Budi Santoso. 2013. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen warung *steak and shake* cabang Jl.Sriwijaya 11 Semarang.” *Diponegoro Journal Of Management* 2(2):3-4. ISSN 2337-3792.
- [11]Ananda Fitriani Dewi, 2019. Pengaruh Kompensasi Pengembangan Karir, Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. Gresik Cipta Sejahtera Cabang Medan. *Accumulated Journal*, Vol. 1 No. 2 July 2019. ISSN: 2656-4203.