

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang)**

Moh Jafri

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri
Surabaya

Email : moh.jafri@mhs.unesa.ac.id

Renny Dwijayanti

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email : rennydwijayanti@unesa.ac.id

ABSTRAK

Bertahannya suatu perusahaan serta bisa bersaing dengan perusahaan lain dikarenakan perusahaan tersebut bisa memasarkan jasa atau barangnya kepada konsumen. Salah satu strategi yang dibutuhkan terdapat pada kualitas layanan dan harga yang diberikan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang secara simultan. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan yaitu pelanggan yang membeli di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang.

Hasil perhitungan sampel yakni 96.04 menggunakan Rumus *Lemeshowl*, jika dibulatkan respondennya sebanyak 100 pelanggan yang membeli di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. Teknik analisis data memakai teknik regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sebesar 73% dan 27% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, serta Kualitas Layanan

ABSTRACT

Survive a company and can compete with other companies because it can market its services or goods to consumers. One of the strategies needed is in the quality of the service and the price provided. This study investigates the relationship of that price and quality of plates on purchasing decisions Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. The descriptive quantitative research method is used in this study. The population is consumers buys at Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. The result are sample calculation 96.04 using Lemeshowl Formula techniques, if rounded by the respondent as many as 100 customers bought at Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. The analysis techniques is using multiple linear regression techniques with SPSS version 16.0 software. The result are the price and quality of services have a significant purchasing decisions with value 73% and the other independent variables have an influence of 27%.

Keywords: Price, Purchasing Decision, and Service Quality

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian (Hidayat, Akhmad, and Machmud 2015). Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen agar perusahaan dapat terus bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Di negara Indonesia itu sendiri khususnya di Kota Surabaya bisnis makanan laju usahanya berkembang sedemikian cepat terlihat beberapa tahun belakangan ini dimana kita dapat menemukan banyak sekali bisnis makanan-makanan baru yang berdiri dan berkembang mulai dari yang berskala kecil sampai dengan skala yang besar. Berdasarkan data yang didapat dari diknas pariwisata Surabaya, kurang lebih ada sekitar 10 macam bisnis makanan yang berkembang di kota Surabaya tak terkecuali dibidang *Cake and Bakery*. Salah satu toko *Bakery* yang masih tetap bertahan didalam lingkup usaha

bisnis ini, yaitu “Toko Roti Soes Merdeka” yang berlokasi di Jalan Ketintang Madya No. 65 Ketintang, Surabaya. Di Ketintang sendiri, perkembangan usaha bakery sudah cukup pesat terlihat dari semakin banyaknya toko bakery yang ada di Ketintang hal ini bisa dilihat data

NO	Nama Toko	Alamat Toko
1	Roti Mox	Jl. Ketintang No.160
	Lapis Kukus	Jl. Ketintang Madya No.
2	Pahlawan	109
3	Omah Lapis Raya	Jl. Raya Ketintang No.69
		Jl. Ketintang Baru Selatan I
4	Andi Bakery	No. 61
		Jl. Ketintang Baru III No.
5	Big's Bakery	39

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

toko bakery yang ada pada tabel di bawah:

Tabel 1. Daftar Toko Bakery yang ada di Ketintang

Dapat diketahui dari tabel diatas bahwa ada beberapa toko bakery di Ketintang dan disamping produk produk mereka yang sudah berkualitas untuk bersaing tetapi persaingan dibidang pelayanan yang diberikan oleh masing masing toko dan bagaimana mendesain toko dengan semenarik mungkin sehingga akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen agar memberikan kepuasan bagi konsumen.

Strategi yang dibutuhkan oleh perusahaan guna mengatasi masalah- masalah tersebut dapat berupa strategi kualitas layanan. Menurut Tjiptono dalam (Dennisa and Santoso 2016) , “kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Perusahaan memiliki banyak ide kreatif untuk mempertahankan perusahaannya dalam bentuk tujuan perusahaan supaya menarik minat dari konsumennya. Hal ini tentunya juga dilakukan oleh Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang.

Didalam bertahannya Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. dengan persaingan bisnis yang ada, mereka selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang bagus guna menarik pelanggan untuk tetap membeli produk-produk yang mereka tawarkan. Apabila konsumen menerima suatu pelayanan sesuai kehendak atau keinginannya maka kualitas pelayanan dari perusahaan tergolong mumpuni dan ideal. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk terjadi jika harapan konsumen tidak sesuai. Jadi, pelayanan dalam memenuhi pelanggan secara konsisten tergantung dari kemampuan pemilik perusahaan.

Fungsi stimulasi utama dari harga adalah bisa menyebabkan keputusan pembelian secara berbeda setiap konsumen. Elemen suatu bauran pemasaran yang bisa menyebabkan biaya disebut dengan harga, sedangkan yang bisa menyebabkan biaya adalah elemen lain. Selain itu pemberian harga berbeda dengan para pesaingnya, yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat juga merupakan salah satu dari strategi yang di terapkan di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. Menurut Swastha dalam (Dennisa and Santoso 2016). Sejumlah jasa atau barang bisa didapatkan dengan sejumlah uang yang dikeluarkan disebut dengan harga, dan suatu keputusan pembelian bisa ditentukan oleh harga. Toko Roti Soes Merdeka Ketintang memberikan harga terjangkau untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Toko Roti Soes Merdeka Ketintang memiliki kemampuan bersaing yang bagus dengan perusahaan lain dalam masalah harga.

Karena strategi-strategi telah di susun oleh Toko Roti Soes Merdeka Ketintang, maka secara tidak langsung akan menarik perhatian konsumen guna melakukan keputusan pembelian sekali maupun berulang didalamnya Kotler dan Armstrong dalam (Ogi, Kawet, and Anggia 2015) mengungkapkan perilaku rumah tangga atau individu dalam melakukan pembelian produk untuk dikonsumsi disebut dengan keputusan pembelian.

HIPOTESIS PENELITIAN**H1 : Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang**

Tjiptono dalam (Widowati and Tsabit 2017) menyatakan keinginan konsumen bisa dipenuhi dengan keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen disebut dengan kualitas pelayanan. Sedangkan Menurut pendapat Tjiptono dalam (Armia 2016) persepsi akan layanan dan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan menjadi faktor utama kualitas suatu layanan dipengaruhi.

Produsen memenuhi keinginan yang minta oleh pelanggan. Pelanggan akan memilih perusahaan lain yang sejenis jika dalam suatu perusahaan tersebut tidak memenuhi keinginan yang diharapkan. Sehingga, pelayanan yang dipersepsikan dan jasa layanan yang diharapkan menjadi faktor utama dalam mempengaruhi kualitas suatu layanan.

Prinsip ini yang kemudian dipakai oleh Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang guna memperbaiki kualitas layanan mereka kepada keseluruhan konsumen yang loyal yang telah membeli di toko tersebut.

H2 : Diduga Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang

Besar kecilnya laba perusahaan ditentukan oleh strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan atau disebut dengan harga. Harga yang dimiliki pesaing serta kualitas pelayanan yang diberikan seringkali dikaitkan dengan harga yang dimiliki perusahaan.

Menurut Simamora dalam (Pramana and Sukresna 2016) Harga hanya digunakan sebagai sebuah alat atau salah satu atribut dari suatu produk tertentu maka dari itu diperlukannya suatu pengorbanan atau pertukaran didalamnya. Contohnya produk dengan mutu yang rendah dapat ditawarkan atau dijual dengan harga yang terjangkau atau suatu kebijakan garansi yang diberikan oleh pelaku bisnis kurang menyeluruh atau hanya unuk sebagai *sparepart* produk yang dijual.

Seseorang pengusaha perlu sekali memperhatikan mengenai permasalahan harga, dikarenakan kualitas serta harga pesaing yang sejenis bisa saja menawarkan harga pada konsumen lebih rendah atau sama. Artinya, pesaing dan konsumen perlu diperhatikan oleh perusahaan besar dan kecil dalam penentuan harga perusahaannya. Pembelian barang yang dilakukan oleh konsumen pasti memperhatikan kemampuan finansialnya dengan melihat harga yang diberikan oleh perusahaan. Pembelian bisa dilakukan oleh konsumen jika mereka mendapatkan manfaat sebesar harga yang konsumen bayar.

Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang sangat memperhatikan strategi harga yang ditawarkan. Pada dasarnya mereka ingin memilih pangsa pasar yang luas sehingga mempertimbangkan segala bentuk strategi harga yang ada sehingga di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang bisa diterima oleh konsumen yang akan membeli.

H3 : Diduga Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang

Banyak hal yang harus dipertimbangkan oleh konsumen didalam memilih produk yang akan dibelinya, dua diantaranya kualitas dan harga. Keputusan pembelian konsumen akan semakin banyak jika dapat memberikan dengan baik kualitas layanan dan harga.

Selain kualitas produk, keputusan pembelian lebih besar dipengaruhi oleh harga. Keputusan pembelian akan semakin banyak bilamana sebuah produk memiliki harga yang ramah serta kualitas yang bagus.

Kedua strategi ini yang menjadi pertimbangan besar didalam membentuk Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang guna tetap bertahan di pesaingan bisnis yang ada. Maka dari itu dilakukannya penelitian ini guna membantu *Owner* dan para manajemen terkait dari Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang didalam mempertimbangkan pengaruh yang terdapat didalamnya. Karena hal ini maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang).

METODE PENELITIAN

Cara pemecahan suatu permasalahan dengan tujuan tertentu disebut metode penelitian. Beberapa teori dibutuhkan dalam penelitian ini untuk dipilih salah satu menjadi metode yang tepat untuk memecahkan suatu permasalahan yang tentunya peneliti pahami. Metode deskriptif yang digunakan, serta pendekatan kualitatif untuk jenis penelitiannya. Menurut (Sugiyono 2018), suatu metode yang berlandaskan filsafat positivisme guna meneliti sampel ataupun populasi tertentu disebut dengan penelitian kuantitatif. Instrumen penelitian biasanya digunakan untuk pengumpulan data, dilakukan secara acak untuk pengambilan sampelnya, serta penganalisisan data uji hipotesis secara kuantitatif atau statistik.

Jalan Ketintang Madya No. 60, Ketintang, Surabaya merupakan lokasi yang dipilih untuk penelitian. Penulis memilih lingkungan lokasi ini dikarenakan peneliti memiliki keterikatan dengan *owner* dari Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang Didalam penelitian ini menggunakan obyek pelanggan dari Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang yang dilakukan pada bulan Maret 2020 selama satu bulan. Kurang lebih 6 bulan waktu yang dibutuhkan penulis guna melakukan penyelesaian penelitian ini, yaitu dari pemulaian konsultasi pengajuan judul analisis. serta pengumpulan sumber informasi dan karakteristik responden sampai dengan penulisan laporan hasil penelitian .

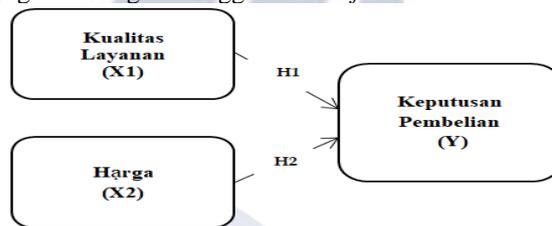
Di dalam penelitian ini populasi yang digunakan kepada pelanggan “Toko Roti Soes Merdeka, ketintang”. Jumlah populasi yang dilakukan di dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti. Sehingga penulis menggunakan *non probability sampling* dengan jenis teknik yang digunakan oleh penulis adalah teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah

suatu teknik yang digunakan sebagai kumpulan informasi serta anggota – anggota populasi yang mudah diperoleh dan dinilai dapat menyediakan informasi tersebut.

Karena Pada penelitian ini jumlah pelanggan yang datang di “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang” tidak dapat di prediksi efektif. Menurut Hiir et al penentuan sampel *respentatif* bergantung pada total indikator yang dipakai dikalikan dengan 5-10. Sehingga dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 13 \times 5 \\ &= 65 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut dengan menggunakan pendapat dari ahli Hair et,all diperoleh total sampel yang dipakai ialah 65 responden. Teknik dipakai mengumpulkan data memakai kuesioner serta nilai ukur *skala likert* sebagai skala pengukurannya. Sedangkan Teknik penganalisaannya memakai studi regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS v.16.



Gambar 1. Rancangan Penelitian (Sumber : Diolah Peneliti,2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian langkah selanjutnya yang dilakukan oleh seorang peneliti adalah menganalisis. data sampel yang telah ada, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan hasil analisis. yang telah dilakukan. Berikut adalah analisis. serta hasil dari penelitian ini, yaitu :

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari Nama, Jenis kelamin, usia dan Pendidikan Terakhir. Berikut ini karakteristik responden yang didapatkan.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-Laki	26 orang	40 %
	b. Perempuan	39 orang	60 %
2	Umur		
	17-21 th	8 orang	12 %
	22-26 th	51 orang	78 %
	27-31 th	5 orang	8 %
	>31 th	1 orang	2 %
3.	Pendidikan Terakhir		
	SLTA	21 orang	32 %
	D-1	1 orang	2 %
	D-3	2 orang	3 %

Sarjana 41 orang 63 %

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel 2 karakteristik responden yaitu pelanggan dari “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang” di dominasi oleh perempuan dengan usia 22-26 tahun dan dengan pendidikan terakhir yaitu Sarjana. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan didalam melakukan pembelian atau transaksi di “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang”

Menghilangkan analisis deskriptif

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Didalam analisis. uji validitas *correlations* bahwa semua komponen dalam variabel kualitas layanan, harga serta keputusan pembelian menunjukkan bahwa nilai sig < 0,005 (0,000<0,005) serta (0,003<0,005). Maka dapat ditarik disimpulkan bahwa keseluruhan item didalam pernyataan kualitas layanan, harga serta keputusan pembelian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha Std. Items	N Items	
,815	,821	26	

(Sumber : Diolah Peneliti, 2020)

Didalam table 3 tersebut diatas terlihat bahwa nilai dari Cronbach’s Alpha sebesar 0,815. Hal ini berarti data didalam penelitian ini bersifat reliabel. Karena 0,815 > 0,6 sebagai standar nilai angka minimal cronbach’s Alpha tersebut.

3. Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		65
Normal Parameter	Mean	,0000000
Most Extreme	Std. Deviation	1,74287572
Differences	Absolute	,087
	Positif	-,087
	Negatif	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,704
Asymp. Sig. (2-tailed)		,705

a. Test distribution is Normal

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Uji normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui data yang distribusikan normal dimana nilai Asymp. Sig > 0,05 (5%). Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai dari signifikansi One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan angka sebesar 0,704. Angka tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan didalam penelitian ini terdistribusi normal. Maka untuk pengujian asumsi normalitas yang dilakukan pada penelitian ini dianggap

telah terpenuhi dan dapat dilanjutkan dengan pengujian Analisis. Regresi Linier Berganda.

Uji Multikolinierital

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model (Constant)	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
TotalX1	,985	1,015
TotalX2	,985	1,015

a. Dependent Variable: TOTALY

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Uji multikolinieritas dapat diukur dari nilai *tolerance* dan nilai VIF. Hubungan antara variabel dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Dari hasil uji diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel kualitas layanan (X1), dan harga (X2) > 0,1 dan nilai VIF dari variabel kualitas layanan (X1), dan harga (X2) < 10, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel tidak terjadi multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandar Coefficient B	Std. Error	Standar Coefficients Beta			
(Constant)	1,914	1,0067			,461	,646
TotalX1	,882	,031	,070		,548	,586
TotalX2	,006	,038	,021		,165	,870

(Sumber : Diolah Peneliti, 2020)

Uji heteroskedastisitas dapat diukur menggunakan rank sperman, apabila nilai Sig. > 0,05 maka hasil tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dari hasil uji diatas dapat diketahui nilai signifikansi dari variabelkemudahanpenggunaan (X1), fitur produk (X2), dan promosi *cashback* (X3) mempunyai nilai > 0,05 maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskesdastisitas.

Uji Analisis. Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis. Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandar Coefficient B	Std. Error	Standar Coeff	t	Sig.	Tolaranc e VIF
(Constant)	,744	3,211		,232	,818	
TotalX1	,263	,052	,377	5,064	,000	,985 1,015
TotalX2	,656	,064	,767	10,306	,000	,985 1,015

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Dari table diatas maka kita melihat metode regresi dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a1 + b1X1+b2X2+e$$

$$Y = 0,744 + (0,263)X1 + (0,656)X2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X1 = Kualitas Layanan
- X2 = Harga
- E = Kesalahan pengganggu (*disturbance term*), artinya nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan

Analisis. regresi linier berganda dilakukan guna mengetahui hubungan secara linier antara dua atau lebih dengan variabel terikat. variabel bebas Interpretasi diatas menunjukkan bahwa:

1. Koefisien regresi Kualitas layanan (X1) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Roti Soes Merdeka Ketintang
2. Koefisien Regresi harga (X2) mempunyai arah positif didalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Roti Soes Merdeka Ketintang

4. Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8. Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	Sig.
(Constant)	.232	.818
TOTALX1	5.064	.000
TOTALX2	10.306	.000

a. Dependent Variable: TOTALY
(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Didalam tabel 8 diatas dapat kita lihat bahwa nilai t-hitung pada kualitas pelayanan atau (X1) sebesar 5,064 serta nilai sig < 0,05 (0,00<0,05). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial atau sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Atau dengan kata lain hipotesis Hipotesis 2 diterima.

Sedangkan untuk strategi harga (X2) mempunyai nilai t-hitung sebesar 10,306 dengan nilai sig<0.05 (0,00<0,05). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga (X2) secara parsial atau sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Atau dengan kata lain hipotesis Hipotesis 2 diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^b	
	F	Sig.
Regression	60.520	.000 ^a
Residual		
Total		

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1
b. Dependent Variable: TOTALY
(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 60,520 serta nilai sig < 0,05 (0,000<0,005). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu strategi kualitas layanan dan harga secara bersama-sama, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Atau dengan kata lain apapun yang dipilih oleh “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang” sebagai strategi pemasarannya maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh pelanggan. Maka hipotesis 1 dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi R²

Model	Summary ^b	
	R_Square	Adjusted RSquare
	.661	.650

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020)

E= 100% - R2 = 100% - 66,1% = 33,9%

Uji koefisien determinasi (R Square) bertujuan untuk mengetahui presentase total variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas Hasil dari koefisien determinasi(R²) dengan Keputusan pembelian sebagai variabel dependen, menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,661 artinya 66,1 % mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebesar 33,9 % sisanya dipengaruhi variabel lain selain variabel kualitas layanan serta harga.

PEMBAHASAN

1. Toko Roti Soes Merdeka Ketintang Keputusan Pembelian Konsumennya Dipengaruhi oleh Kualitas Layanan.

Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang keputusan pembelian konsumennya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Hal ini dapat diartikan semakin baik kualitas layanan (X1) yang diberikan oleh Toko Roti Soes Merdeka Ketintang pada konsumennya, maka kan semakin tinggi pula keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan konsumen dan sebaliknya bilamana kualitas layanan (X) yang diberikan dirasa sangat buruk, maka akan mengakibatkan menurunnya nilai keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanjung 2016) serta penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiansyah Dedi 2017)

Oleh karena itu untuk para konsumen baru maupun pelanggan lama diharapkan melakukan pembelian di Toko Roti Soes merdeka, Ketintang karena penelitian ini menunjukkan nilai signifikan yang berarti bahwa para pelanggan sangat puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Toko Roti Soes merdeka, Ketintang.

2. Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Roti Soes Merdeka Ketintang Dipengaruhi oleh Harga.

Keputusan pelanggan di “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang” dipengaruhi secara positif serta signifikan oleh harga. Hal ini dapat diartikan semakin baik Harga (X2) yang ditawarkan (ekonomis dan terjangkau) oleh Toko Roti Soes Merdeka Ketintang pada konsumennya, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan konsumen dan sebaliknya bilamana harga (X2) yang diberikan dirasa kurang wajar (mahal), maka akan mengakibatkan menurunnya nilai keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Desi Elisa.Rinda Putri 2018) serta penelitian yang dilakukan oleh (Andre 2017)

Oleh karena itu untuk para konsumen baru maupun pelanggan lama diharapkan melakukan pembelian di Toko Roti Soes merdeka, Ketintang karena penelitian ini menunjukkan nilai signifikan yang berarti bahwa para pelanggan sangat puas dengan harga yang ditawarkan oleh Toko Roti Soes merdeka, Ketintang.

3. Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Roti Soes Merdeka Ketintang Dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Layanan

Keputusan pelanggan di “Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang” dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga serta kualitas layanan. Pembelian konsumen selain dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan. Bilamana sebuah produk mempunyai kualitas yang sangat baik serta harga yang ramah dikantong atau terjangkau maka dapat dipastikan bahwa semakin banyak pula konsumen yang akan melakukan keputusan pembelian terhadap barang tersebut.

Hal ini dapat diartikan semakin baik Kualitas Layanan (X1) (memuaskan, baik) dan Harga (X2) yang ditawarkan (ekonomis dan terjangkau) oleh Toko Roti Soes Merdeka Ketintang pada konsumennya, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan konsumen dan sebaliknya bilamana kualitas layanan (buruk) (X1) serta harga (X2) yang diberikan dirasa kurang wajar (mahal), maka akan mengakibatkan menurunnya nilai keputusan pembelian (Y) yang akan dilakukan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wayan 2018) serta penelitian yang dilakukan oleh (Rifki Wicaksono Bagas 2016)

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan serta analisis “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian “(Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang)” dengan tujuan penelitian sebagai analisis. ada tidaknya pengaruh antara kualitas layanan, harga terhadap

keputusan pembelian di Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan diantara “Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian” yang didalam hal ini adalah produk Roti dan Cake yang ditawarkan oleh Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang.
2. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan diantara “Harga terhadap Keputusan Pembelian” yang didalam hal ini adalah produk Roti dan Cake yang ditawarkan oleh Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang
3. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan diantara “Kualitas Layanan dan terhadap Keputusan Pembelian” yang didalam hal ini adalah produk Roti dan Cake yang ditawarkan oleh Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang. Dengan nilai signifikansi pengaruh tersebut sebesar 0,73 atau 73% dipengaruhi strategi independennya, yaitu strategi kualitas layanan dan harga. Sisanya dipengaruhi faktor lain diluar strategi tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Andre, K. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Blitz Pada Pt. Sinar Gemala Sakti Semarang Timur. Skripsi tidak diterbitkan. <http://lib.unnes.ac.id/2166/1/4263.pdf>
- Armia. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Black Berry Messenger Di Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh). Skripsi tidak diterbitkan. <https://doi.org/10.35308/ekombis.v2i1.749>
- Dennisa, E & Suryono, B. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). Skripsi tidak diterbitkan. http://eprints.undip.ac.id/49694/1/02_DENNISA.pdf
- Desi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetic Di Indonesia). Skripsi tidak diterbitkan. https://repository.usd.ac.id/32254/2/142214164_full.pdf
- Hidayat & Machmud. 2015. Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java. Jurnal tidak diterbitkan. https://www.researchgate.net/publication/307803100_Effects_of_Service_Quality_Customer_Trust_and_Customer_Religious_Commitment_on_Customer_s_Satisfaction_and_Loyalty_of_Islamic_Banks_in_

East_Java

- Nurdiansyah. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung. Jurnal tidak diterbitkan. ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/download/...
- Ogi, & Tulandi. A. 2015. Manajemen Pemasaran. Manado: Indeks Kelompok Gramedia. Vol. 3.no. 2. Tahun 2015. ISSN 2303-1174.
- Pramana, & I Made. S. 2016. Manajemen Ekonomi dan Bsnis. Semarang: Indeks Kelompok Gramedia. Vol. 5. No. 2. Tahun 2016. ISSN 2337-3792.
- Sugiyono. (2018). Manajemen Pemasaran. Bandung: Indeks Alfabeta. ISBN: 979-8433-71-8
- Wayan. 2018. Ekonomi dan Bisnis. Bali: Indeks Kelompok Gramedia. Vol. 22. No.1. Tahun 2018. ISSN 2302-8556.
- Widowati & Retno. 2017. *The Influence Of Experiential Marketing On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variable (Study at The House of Raminten Resturant in Yogyakarta Indonesia)*. Skripsi tidak diterbitkan. <https://www.neliti.com/publications/273165/the-influence-of-experiential-marketing-on-customer-loyaltythrough-customer-sati>

