

PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BESI MANDIRI UTAMA BANJARMASIN

Padlianur¹, Harlie², Hairul³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19310901

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 0006045401

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125096201

E-mail : Padlianor021@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1). variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Besi Mandiri Utama. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 1,324 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,703 dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,197. (2). Kualitas pelayanan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Besi Mandiri Utama. Hasil ini dapat dilihat dari t hitung sebesar 1,837 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,703 dan nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,077. (3). Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini dapat dilihat hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 2,442 lebih besar dari F tabel yaitu 3,35 dan nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,106. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan merupakan penelitian survey. Populasi penelitian seluruh pelanggan Toko Besi Mandiri Utama Banjarmasin dan sampel sebesar 30 responden dengan analisis data Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan : (1). Mengingat harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hendaknya pemilik toko Besi Mandiri Utama perlu menentukan harga yang sesuai dengan modal dalam belanjanya, dan mengambil keuntungan tidak terlalu tinggi, sehingga harga dapat terjangkau oleh konsumen dan dapat meningkatkan pemasukan toko, (2). Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka pemilik toko disarankan hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara merespon yang dikeluhkan konsumen dan memberikan solusi yang tepat supaya konsumen merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya ketika berbelanja di toko Besi Mandiri Utama. (3). Mengingat kedua variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Besi Mandiri Utama, hendaknya pemilik toko

mempertahankan harga yang terjangkau kedepannya agar konsumen terus meningkat, kemudian dari segi kualitas pelayanan pemilik toko juga sebaiknya terus mempertahankan kualitas pelayanannya lebih baik lagi kedepan agar konsumen tetap bertahan dan mencari kebutuhannya di toko Besi Mandiri Utama.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to test: (1). the price variable has no effect and is not significant to the purchasing decision at the Mandiri Utama Iron Shop. These results can be seen from the calculated t value of 1.324 which is smaller than the t table which is 1.703 and the significant value is greater than 0.05 which is 0.197. (2). Service quality influences and is not significant to purchasing decisions at Iron Mandiri Utama. These results can be seen from the t count of 1.837 which is greater than the t table value of 1.703 and the significance value is greater than 0.05 which is 0.077. (3). Price and service quality together have no effect on purchasing decisions. These results can be seen from the results of the F test indicating that the calculated F value of 2.442 is greater than the F table, which is 3.35 and the significance value is greater than 0.05, which is 0.106. The design of this research is quantitative research and is a survey research. The research population is all customers of the Banjarmasin Main Mandiri Iron Shop and a sample of 30 respondents with Multiple Linear Regression data analysis. The research results show: (1). Considering that prices affect purchasing decisions, the owner of the Iron Mandiri Utama shop should determine the price according to the capital in spending, and take profits that are not too high, so that prices can be affordable by consumers and can increase shop income, (2). Service quality also influences purchasing decisions, so shop owners are advised to improve service quality by responding to consumer complaints and providing appropriate solutions so that consumers feel satisfied and have their needs met when shopping at the Iron Mandiri Utama store. (3). Considering that both price and service quality variables have an influence on purchasing decisions at the Iron Mandiri Utama shop, shop owners should maintain affordable prices going forward so that consumers continue to increase, then in terms of service quality shop owners should also continue to maintain better service quality in the future so that consumers survive and look for their needs at the Iron Mandiri Utama shop.

Keywords: Price, Quality of Service, and Purchase Decision.

DAFTAR PUSTAKA

A, R. (2016). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Anshari, M. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Bakry, U. S. (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

dkk, R. A. (2020). *Kesesusisn Lokasi Ritel Modern Berdasarkan Analisis Space Syntax*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tiga Belas Jilid Satu*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Bekasi: Penerbit Andi.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syukron, A. (2014). *Pengantar Manajemen Industri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Edisi ke Empat*. Yogyakarta: CV Andy Offset.

V, W. S. (2015). *Metodolgi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pusataka Baru.

Wagiran. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Teori dan Implementasi)*.

Yogyakarta: CV Budi Utama.

Elien Nera Permata Sari, Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2017, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket* (Studi pada pelanggan minimarket Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah)”.

Asmara Indahingwati. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya. Di akses Kamis, 17 September 2020 Pukul 22.00:WIB,dari: <https://books.google.co.id/books?id=rMCDwAAQBAJ&lpg=PT32&dq=indikator%20kualitas%20pelayanan&hl=id&pg=PT33#v=onepage&q=indikator%20kualitas%20pelayanan&f=false>

Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Di akses kamis, 17 September 2020 Pukul 20.30:WIB, dari: <https://playgoogle.com/store/books/details?id=PYfCDwAAQBAJ>

H Tommy Bustomi. (2019). *Sebatik Volume 23*. Samarinda: Pusat Penelitian dan Pengembangan Masyarakat STMIK Widya Cipta Dharma. Di akses Kamis, 17 September 2020 Pukul 23.00:WIB, dari: <https://books.google.co.id/books?id=JarEDwAAQBAJ&Ipg=PA500&dq=indikator%20harga&hl=id&pg=PA500#v=onepage&q=indikator%20harga&f=false>

Iwan Hermawan. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan. Di akses Selasa, 29 September 2020 Pukul 23.20:WIB, dari: <https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ&lpg=PA16&dq=pengertian%20penelitian%20kuantitatif&hl=id&pg=PA16#v=onepage&q=pengertian%20penelitian%20kuantitatif&f=false>

Melisa. (2020). *Siapa Bilang Belajar Matematika Sulit*. Guepedia The First OnPublisher in Indonesia. Di akses sabtu, 16 Januari 2021 Pukul 19.00:WIB, dari: [https://books.google.co.id/books?id=EWfDwAAQBAJ&lpg=PA130&dq=Romie %20Priyastama%202017&hl=id&pg=PA106#v=onepage&q=Uji%20normalitas&f=false](https://books.google.co.id/books?id=EWfDwAAQBAJ&lpg=PA130&dq=Romie%20Priyastama%202017&hl=id&pg=PA106#v=onepage&q=Uji%20normalitas&f=false)

Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Di akses Kamis, 17 September 2020 Pukul 23.30:WIB,

dari:

<https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&lpg=PA74&dq=indikator%20keputusan%20pembelian&hl=id&pg=PA75#v=onepage&q=indikator%20keputusan%20pembelian&f=false>

Rizky Adriyanto, dkk. (2020). *Space Syntax Kesesuaian Lokasi Ritel Modern*

Berdasarkan Analisis Space Syntax. Yayasan Kita Menulis. Diakses rabu, 30 September 2020 Pukul 19.40:WIB, dari <https://books.google.co.id/books?id=U74DwAAQBAJ&lpg=PA13&dq=pengertian%20ritel%20menurut%20para%20ahli&hl=id&pg=PA13#v=onepage&q=pengertian%20ritel%20menurut%20para%20ahli&f=false>

Warnadi & Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Depublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama). Diakses minggu, 27 September 2020 Pukul 22.30:WIB, dari:

[https://books.google.co.id/books?id=BmiDwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=pengertian %20manajemen%20pemasaran&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=pengertian n%20manajemen%20pemasaran&f=false](https://books.google.co.id/books?id=BmiDwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=pengertian%20manajemen%20pemasaran&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=pengertian%20manajemen%20pemasaran&f=false)