

Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vaping Banjarmasin

Afriyanoor¹, Pembimbing I : Farida Yulianti², Pembimbing II : Berta Lestari³

¹ Afriyanoor, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Banjarmasin

Jln. Adhyaksa (Kayutangi) No. 2 Banjarmasin, 70123

Email : afriyanoor47@gmail.com / 085349993070

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh harga dan (2) kualitas pelayanan terhadap (3) keputusan pembelian rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin, dengan sampel sebanyak 36 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga dan (2) kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap (3) keputusan pembelian rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin. (4) Harga dan (5) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap (6) keputusan pembelian rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian .

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of prices and (2) the quality of service on (3) the decision to purchase e-cigarettes in Banjarmasin Vaping Shop.

The population used in this study is the e-cigarette customers in Banjarmasin Vaping Shop, with a sample of 36 respondents. Data collection is done by questionnaire technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis techniques, classic assumption test, F test, t test, coefficient of determination. The results of this study indicate that the price and quality of service simultaneously influence the decision to purchase e-cigarettes in Banjarmasin Vaping Shop. Price and quality of service have a partial effect on the decision to purchase e-cigarettes at Banjarmasin Vaping Shop.

The results of this study indicate that (1) price and (2) quality of service simultaneously influence (3) the decision to purchase e-cigarettes in Banjarmasin Vaping Shop. (4) Price and (5) service quality partially influences the (6) decision to purchase e-cigarettes in Banjarmasin Vaping Shop.

Keywords: Price, Service Quality, Purchasing Decision.

Latar Belakang Masalah

Kota Banjarmasin merupakan salah satu daerah kota dan sekaligus ibu kota propinsi Kalimantan selatan. Secara geografis letak kota Banjarmasin sangat strategis karena menjadi pusat penghubung propinsi Kalimantan tengah dan Kalimantan timur.

Karena letaknya sangat strategis kota Banjarmasin menjadi daerah perkotaan yang memiliki tingkat perkembangan yang sangat pesat di berbagai bidang baik dibidang ekonomi, sosial, budaya, tren dan teknologi

Zaman sekarang banyak muncul berbagai macam bidang usaha dimana usaha itu bisa menghasilkan keuntungan bagi pemilik usaha itu tersebut . semakin pesatnya teknologi membuat para pengusaha berani membuka usaha sendiri, khususnya usaha pada usaha rokok elektrik toko VAPING BANJARMASIN banyak orang menekuni usaha ini cukup menjanjikan dan sangat berpotensi .hal ini tentu saja menimbulkan pesaing pada usaha tersebut .

Rokok elektrik sudah menjadi fenomena baru dikalangan masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi semakin maju, belakangan ini kita tahu bahwa rokok elektrik sudah mulai diminati oleh masyarakat terutama pada perkembangan gaya hidup dikalangan pria. Saat ini kalangan pria khususnya anak muda sedang ramai memakai Rokok elektrik. Rokok elektrik atau biasa disebut vape. Cara kerja rokok elektrik memang beda dengan rokok tembakau yaitu dengan mengubah cairan (liquid) yang diubah menjadi uap. Sebagian pengguna rokok elektrik berasal dari orang-orang yang memiliki kebiasaan merokok tembakau lalu mereka pindah menjadi peggemar/pengguna vape. Sebagian orang menganggap vape sebagai penolong bagi mereka yang kecanduan rokok tembakau supaya berhenti dari merokok tembakau.

Alat ini dipasarkan sebagai alternatif yang lebih aman dari rokok tembakau. Namunselain dipercaya memiliki resiko yang lebih sedikit, para

remaja yang menggunakan vape dapat menunjukkan bahwa dirinya selalu mengikuti zaman yang terus berkembang.

Usaha yang dijalankan oleh toko VAPING BANJARMASIN ini sangat berkembang di Banjarmasin karena minat dan daya beli masyarakat yang sangat tinggi akan fenomena rokok elektrik tersebut.

Tumbuh dan berkembangnya toko-toko rokok elektrik di Banjarmasin merupakan salah satu contoh bidang usaha yang digeluti masyarakat Banjarmasin.

Tumbuh dan berkembangnya toko rokok elektrik di Banjarmasin akan membuat persaingan bisnis yang sangat ketat dalam mencari, mendapatkan, dan mempertahankan konsumen. Bagaimanapun konsumen adalah pengonsumsi produk barang maupun jasa yang dihasilkan perusahaan. seperti toko rokok elektrik konsumen adalah bagian terpenting dalam kelangsungan sebuah usaha. Oleh karena itu setiap usaha berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memuaskan konsumen dan memenangkan persaingan

tersebut.

Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompetitif tersebut, hal utama yang harus dilakukan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Sebagai perilaku konsumen, gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian. Gaya hidup telah menjadi variabel penting dalam penyusunan strategi pemasaran dewasa ini. Berkaitan dengan pasar, gaya hidup berfungsi sebagai variabel segmentasi sangat baik (Li, 2009), karena itu adalah cara hidup oleh seseorang atau kelompok yang mencakup hubungan sosial, konsumsi, hiburan, dan pola pakaian. Saat masa sekarang ini gaya hidup konsumen sudah jauh berbeda dari gaya hidup beberapa tahun yang lalu. Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat perkotaan, yang cenderung konsumtif dan menyenangi produk instan mengakibatkan bertambahnya jumlah pengusaha yang menciptakan produk instan atau praktis

guna memenuhi keinginan konsumen.

Salah satu perubahan gaya hidup yang signifikan terlihat pada kelompok kaum muda. Anak muda (Youth) memang merupakan kelompok yang dinamis, mudah bersosialisasi dan selalu mengikuti tren zaman. Menurut Kertajaya (2010) pada masa sekarang ini ada tiga sub culture konsumen yang memiliki peranan penting pasar di Indonesia yaitu women, youth, dan netizen. Kesibukan anak muda perkotaan yang menghabiskan waktu dan energi, mengantarkan mereka pada kebutuhan untuk bersantai menghilangkan kepenatan. Mereka butuh akan suatu tempat nongkrong yang pas dengan mereka, yang sesuai dengan keinginan dan gaya hidup mereka. Salah satu tempat yang dapat mengakomodasi keinginan mereka tersebut adalah toko vaping/rokok elektrik.

Salah satu toko rokok elektrik/vaping yang cukup terkenal yang berada di Wilayah Banjarmasin adalah Vaping Banjarmasin. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, Vaping Banjarmasin

yang berdiri sejak 2015 lalu dan beralamat di Jalan KS Tubun Pekauman Banjarmasin, ini selalu ramai dikunjungi oleh pengunjung setiap hari baik di hari kerja maupun akhir pekan. Vaping Banjarmasin merupakan sebuah toko vaping yang menawarkan berbagai produk vaping yang sangat lengkap mulai dari rokok elektriknya sendiri, accessories, liquid, minuman, dll yang berhubungan dengan vaping. Selain itu Vaping Banjarmasin juga menawarkan suasana Cafe yang unik dengan gaya bangunan minimalis dan gravity serta kesan cerah dari suatu toko, Vaping Banjarmasin juga menyediakan tempat yang nyaman serta free wifi bagi pengunjungnya.

Menurut Philip Kotler (2005) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk mampu

menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan layanannya dalam upaya memuaskan pelanggan. Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi yang lebih unggul. Untuk tetap bertahan di dunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan pelayanan yang baik. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Menurut Tjiptono (2011) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Beberapa aspek layanan toko Vaping Banjarmasin yang masih perlu

ditingkatkan seperti tempat duduk yang terbatas, lahan parkir kendaraan yang kurang memadai dan penampilan karyawan yang masih sederhana belum memiliki seragam. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap kinerja pelayanan yang diberikan. Jika hal ini dibiarkan maka bisa berdampak pada ketidakpuasan para pelanggan. Dan jika ketidakpuasan tersebut timbul, maka ada kecenderungan para pelanggan mencari toko rokok elektrik yang lain yang lebih memuaskan. Oleh karena itu beberapa aspek pelayanan tersebut perlu mendapat perhatian oleh pemilik usaha tersebut agar dapat memuaskan dan memelihara pelanggan atau konsumennya.

Dari uraian di atas penelitian ini lebih memfokuskan pada harga dan kualitas pelayanan dari Vaping Banjarmasin dan untuk menganalisis keputusan pembelian konsumen yang telah berkunjung di Toko Rokok Elektrik Vaping Banjarmasin sehingga berdasarkan latar belakang tersebut mengangkat topik “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO VAPING BANJARMASIN”.

Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini juga bersifat kuantitatif.

Menurut Suriasumantri (2005) kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kajian pemikiran yang sifatnya ilmiah. Kajian ini menggunakan proses logico-hypothetico-verifikatif pada langkah-langkah penelitian yang dilakukan

2) Subjek dan Objek Penelitian

(1) Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah pelanggan rokok elektrik per hari di toko Vaping Banjarmasin.

(2) Sampel

Rumus Slovin adalah sebuah rumus

atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960.

Rumus Slovin

Populasi disini 40 orang yang mana ini adalah rata – rata pelanggan rokok elektrik yang datang langsung maupun lewat media social (online) yang bertransaksi per hari di toko Vaping Banjarmasin. Margin of error yang ditetapkan adalah 5% atau 0,05.

Perhitungannya adalah:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah/ukuran Populasi

e : error = 5%

$$n = 40 / (1 + (40 \times 0,05^2))$$

$$n = 40 / (1 + 0,1)$$

$$n = 40 / 1,1$$

$$n = 36,36 \text{ (dibulatkan 36)}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah

sebanyak 36 responden pelanggan rokok elektrik di toko Vaping Banjarmasin.

(3) Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive convenience sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang dibuat oleh peneliti. Menurut Margono (2004), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Menurut Sugiyono (2009) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3) Sumber Data

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2010) sumber data primer adalah sumber data yang

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yaitu dari sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).

2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010)

sumber/data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data ini akan digunakan apabila peneliti merasa data primer kurang mendukung untuk penelitian ini.

4) Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel bebas adalah Harga(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini rumus regresi linear berganda (Riduwan, 2007):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Y (keputusan pembelian)

α = Konstanta persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi variabel X1

β_2 = Koefisien regresi variabel X2

β_3 = Koefisien regresi variabel X3

X1 = Variabel X1 (Harga)

X2 = Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)

5) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *ordinary least square*. Untuk meyakinkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedastitas, dan normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Menurut Santoso, adapun pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah VIF di bawah 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 (Purnomo, 2008).

2. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Analisis uji asumsi homoskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik *scatterplot* antara *Z prediction* (ZPRED) yang mempunyai variabel bebas (sumbu X = Y hasil prediksi)

dan nilai residualnya (SREID) merupakan variabel terikat (sumbu Y = Y prediksi – Y riil). Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang (Sugiyono, 2009)

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Identifikasi normalitas data dilakukan dengan uji *Klomogrov – smirnov test* dengan tingkat signifikan 0,05. Jika data pada sampel penelitian memiliki signifikan diatas 0,05 maka data sampel penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data pada sampel memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 maka data sampel penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika distribusi datanya normal atau mendekati

normal, maka model regresi tersebut baik, Ghozali (2005).

6) Pengukuran Data Variabel

(1) Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuisisioner adalah Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Data yang telah terkumpul melalui kuisisioner, kemudian penulis olah ke dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. Pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan (Sugiyono,2009) yaitu :

- | | |
|------------------------|------------------------|
| a. Sangat setuju | (SS)
diberi skor 5 |
| b. Setuju | (S)
diberi skor 4 |
| c. Netral | (N)
diberi skor 3 |
| d. Tidak setuju | (TS)
diberi skor 2 |
| e. Sangat tidak setuju | (STS)
diberi skor 1 |

(2) Deskripsi Data Penelitian

Untuk menjelaskan hasil penelitian responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan berdasarkan nilai rata-rata pada setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 5 dan skor penilaian terendah adalah 1 maka dapat ditentukan interval sebagai berikut :

Interval = skor maksimum – skor minimum / Jumlah kelas

$$\text{Interval} = (5 - 1) / 5 = 0,80$$

Sehingga dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut :

Skor rata-rata antara 1,00 - 1,80

Skor rata-rata antara 1,81 - 2,60

Skor rata-rata antara 3,41 - 4,20

Skor rata-rata antara, 4,21 - 5,00

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan penilaian deskriptif responden terhadap variabel - variabel penelitian sebagai berikut :

Deskripsi Variabel Penelitian
Table 1 Deskripsi Variabel Penelitian

Skor rata-rata	Variabel X1 (Harga)	Variabel X2 (Kualitas)	Variabel Y (keputusan pembelian)
----------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------------

		Pelayanan)	
1,00 - 1,80	Sangat tidak Relevan	Sangat Tidak Memuaskan	Tidak membeli
1,81 - 2,60	Tidak Relevan	Tidak memuaskan	Cenderung tidak membeli
2,61 - 3,40	Cukup	Cukup	Ragu - ragu
3,41 - 4,20	Relevan	Memuaskan	Cenderung membeli
4,21 - 5,00	Sangat Relevan	Sangat Memuaskan	Pasti membeli

Sumber : hasil diolah dari data primer 2020

7) Waktu dan Lokasi Penelitian

(1) Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni

(2) Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Rokok Elektrik Vaping Banjarmasin Jln KS Tubun Pekauman Banjarmasin

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

1) Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden penelitian adalah terdiri dari jenis kelamin, usia dan uang saku per bulan, yaitu sebagai

berikut :

1) Jenis Kelamin

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut :

Table 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Pria	33	91,7%
Wanita	3	8,3%
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 33 responden pria (91,7%) dan 3 responden wanita (8,3%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan rokok elektrik pada toko Vaping Banjarmasin adalah berjenis laki – laki .

2) Usia

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik usia responden penelitian adalah sebagai berikut:

Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
20 tahun	3	8,3%

21 tahun	12	33,3%
22 tahun	19	52,8%
23 tahun	2	5,6%
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 3 responden (8,3%) berusia 20 tahun, 12 responden (33,3%) berusia 21 tahun, 19 responden (52,8%) berusia 22 tahun, 2 responden (5,6%) berusia 23 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan rokok elektrik pada toko Vaping Banjarmasin paling banyak berusia 22 tahun.

3) Uang Saku per-Bulan

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik uang saku per bulan pada responden penelitian adalah sebagai berikut:

Table 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan per-Bulan

Uang saku per-bulan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Kurang dari Rp.500.000	14	38,9 %
Rp. 500.000 – Rp.1.000.000	18	50 %
Rp. 1.000.000 – Rp.1.500.000	1	2,8 %

Lebih dari Rp.1.500.000	3	8,3 %
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 14 responden (38,9 %) yang mendapatkan uang saku/penghasilan per-bulan sebesar kurang dari Rp.500.000, 18 responden (50%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000, 1 responden (2,8%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000, dan 3 responden (8,3%) dengan uang saku/penghasilan per bulan lebih dari Rp.1.500.000. Hasil ini menunjukkan bahwa paling banyak pelanggan rokok elektrik pada toko Vaping Banjarmasin mendapatkan uang saku atau berpenghasilan per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000.

2) Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data hasil kuesioner terhadap variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Keputusan Pembelian

Rokok Elektrik (Y) yang diolah menggunakan program SPSS, diperoleh hasil deskriptif penilaian responden terhadap masing – masing variabel dalam penelitian sebagai berikut:

(1) Harga (X₁)

Table 5. Analisis Deskriptif Variabel Harga

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
1	Harga pelayanan atau harga barang yang diberikan bisa terjangkau konsumen.	3,11	Relevan
2	Harga yang diberikan dalam setiap pelayanan sesuai dengan kualitas pelayanan ataupun kualitas barang yang ditawarkan oleh toko	3,09	Relevan
3	Harga yang diberikan sama dengan pesaing usaha sejenis.	3,06	Relevan
4	Harga setiap pelayanan ataupun barang yang ada sesuai dengan kemampuan konsumen.	3,2	Relevan
5	Harga dalam setiap pelayanan yang diberikan	3,06	Relevan

	mampu menjadikan alasan untuk membeli barang atau jasa perawatan rokok elektrik		
6	Apakah toko rokok elektrik sering memberikan diskon/potongan harga pada hari besar tertentu	3,4	Relevan
	Rata-rata	3,16	Relevan

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada item variabel Harga (X_1) adalah sebesar 3,16 yang berada pada kategori reputasi relevan. Hasil ini menunjukkan bahwa Toko Vaping Banjarmasin menawarkan harga yang relevan untuk pelanggan rokok elektrik di tokonya.

(2) Kualitas Pelayanan (X_2)

Table 6 . Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
1	Fasilitas yang ada di Vaping Banjarmasin memadai untuk	3	Cukup

	melakukan perawatan rokok elektrik ataupun barang yang disediakan toko Vaping Banjarmasin lengkap.		
2	Karyawan berkomunikasi dengan baik dan memberikan masukan tentang produk yang dijual.	3,2	Cukup
3	Karyawan memiliki kinerja yang terampil dalam menjalankan tugas.	2,88	Cukup
4	Karyawan melakukan pelayanan dengan maksimal.	3,13	Cukup
5	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup dalam melakukan perawatan rokok elektrik.	3,04	Cukup
6	Karyawan tanggap dan cepat terhadap apa yang diinginkan konsumen.	3	Cukup
	Rata-rata	3,06	Cukup

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata- rata

pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah sebesar 3,06 yang berada pada kategori Cukup. Hasil ini menunjukkan bahwa Toko Vaping Banjarmasin memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik menurut pelanggan Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin.

(3) Keputusan Pembelian (Y)

Table 7. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Anda puas dengan pelayanan perawatan ataupun penjualan di toko Vaping Banjarmasin.	3,04	Ragu - ragu
2	Saya yakin dengan kualitas perawatan ataupun barang di Toko Vaping Banjarmasin.	2,88	Ragu - ragu
3	Anda merasa nyaman akan fasilitas yang ada ditoko Vaping Banjarmasin.	2,95	Ragu - ragu
4	Anda merasa senang menggunakan jasa atau berbelanja di toko Vaping Banjarmasin.	2,7	Ragu - ragu

5	Rokok Elektrik anda lebih terawat dan baik setelah diberikan perawatan oleh Toko Vaping Banjarmasin.	3,02	Ragu - ragu
6	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Vaping Banjarmasin.	2,75	Ragu - ragu
Rata-rata		2,89	Ragu - ragu

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 2,89 yang berada pada kategori Ragu - ragu. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan rokok elektrik Toko Vaping Banjarmasin memutuskan untuk membeli rokok elektrik di Toko Vaping Banjarmasin

3) UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

SEMUA VARIABLE VALID DAN RELIABLE

Table 8. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

Vari able	Ite m	Vali dity	probabil itas		Reliability	
X1	X1 .1	0.647	0.01	Valid	0.781	Relia ble
	X1 .2	0.810	0.01	Valid		
	X1 .3	0.797	0.01	Valid		
	X1 .4	0.746	0.01	Valid		
	X1 .5	0.535	0.01	Valid		
	X1 .6	0.601	0.01	Valid		
	X2	X2 .1	0.652	0.01		
X2 .2		0.719	0.01	Valid		
X2 .3		0.680	0.01	Valid		
X2 .4		0.811	0.01	Valid		
X2 .5		0.640	0.01	Valid		
X2 .6		0.641	0.01	Valid		
Y		Y. 1	0.742	0.01	Valid	0.771
	Y. 2	0.598	0.01	Valid		
	Y. 3	0.782	0.01	Valid		
	Y. 4	0.632	0.01	Valid		
	Y. 5	0.647	0.01	Valid		
	Y. 6	0.725	0.01	Valid		

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil uji validitas yang dapat kita lihat pada Tabel 3.3 menunjukkan semua *item* pada setiap item pernyataan kuesioner mempunyai tingkat probabilitas 0,01 dimana nilai tersebut lebih kecil atau sama dengan dari 0,05 ($p \leq 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid dan mempunyai hubungan yang kuat. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,7 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item* pernyataan kuesioner.

4) Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Data dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas apabila memiliki nilai

DARI HASIL PERHITUNGAN PADA SOFTWARE SPSS 22 DIKETAHUI

$tolerance > 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ (Ghozali, 2011: 105-106).

Table 9. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a												
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B					Correlations	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Z	Lower Bound	Upper Bound			Tolerance	VIF
(Constant)	261002	205	.535	1.272	.217	-.166	.166	1.578	1.578	6.666				
X ₁	492	193	.535	2.547	.011	0.270	0.270	1.778	1.778	8.475	.378	.378	2.642	2.642
X ₂	320	135	.358	2.374	.024	0.052	0.052	1.798	1.798	8.400	.320	.320	3.122	3.122

a. Dependent Variable: Y

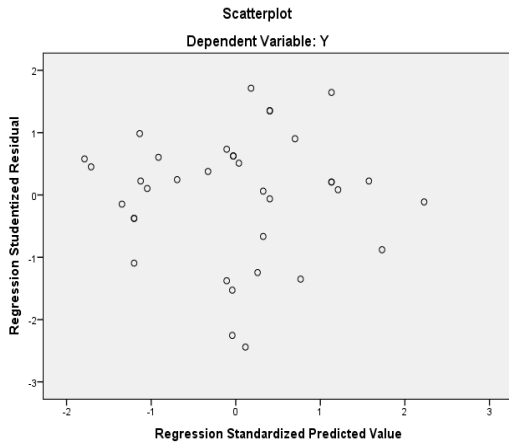
Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang dapat kita lihat dalam Tabel, nilai *Tolerance* pada ketiga variabel independen yaitu Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) $> 0,10$ dengan nilai $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya salah satu penyimpangan asumsi klasik yaitu varian dari residual tidak konstan. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1. Hasil Uji Scatterplot pada SPSS 22



Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan dari grafik *Scatterplot* yang dapat kita lihat pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian.

(3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi nilai residual normal atau tidak, maka digunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (Uji K-S). Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji

normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di atas 0,05. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau data tidak memenuhi uji normalitas (Ghozali, 2011: 160-165).

Table 10. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov pada SPSS 22

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40042003
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.137
	Negative	-.137
Test Statistic		.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang dapat kita lihat pada Tabel diatas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. Residual* sebesar 0,85. Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai *Asymp.*

Sig. Residual (0,85) > 0,05, sehingga distribusi data residual regresi adalah normal.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian Rokok Elektrik). Di bawah ini akan dibahas mengenai hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS 22.

Table 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pada SPSS 22

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.610	2.052		1.272	.212
X1	-.492	.139	-.535	3.547	.001

X2	.320	.135	.358	2.373	.024
----	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan :

$$Y = 2,610 + -0,492 X_1 + 0,320 X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian Rokok Elektrik

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Pelayanan

6) Uji F

Uji F pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah kedua variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian rokok elektrik). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

H₀ : Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin

H_a : Harga dan Kualitas Pelayanan secara

simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin

diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin.

Table 12. Hasil Uji F Pada SPSS 22

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	172.998	2	86.499	41.585	.000 ^b
Residual	68.641	33	2.080		
Total	241.639	35			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Dari Uji F berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,585 dengan nilai $Sig. = 0,000$. Berdasarkan tabel F dengan tingkat signifikansi (α)= 0,05 diketahui bahwa F_{tabel} dengan $F(k ; n - k) F = (2 ; 34)$, sehingga nilai $F_{tabel} = 3,28$

Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai $F_{hitung} (41,585) > nilai F_{tabel} (3,28)$ dan nilai $Sig. (0,000) < \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a

7) Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusa pembelian Rokok Elektrik). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

1) Harga (X_1) terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik (Y)

H_{a1} : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada Toko Vaping Banjarmasin.

H_{01} : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada Toko Vaping Banjarmasin.

2) Kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik (Y)

H_{a2} : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok

Elektrik pada Toko Vaping Banjarmasin.

H₀₂: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada Toko Vaping Banjarmasin.

Table 13. Hasil Uji T Pada SPSS 22

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.610	2.052		1.272	.212
X1	.492	.139	.535	3.547	.001
X2	.320	.135	.358	2.373	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh pada tabel diatas dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi $(\alpha) = 0,05$ dan derajat kebebasan $t_{table} = t(\alpha / 2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 33)$. Dengan ketentuan tersebut maka, diperoleh t_{tabel} sebesar 2,03452. Hasil uji t atau uji regresi parsial dalam penelitian ini yang terdapat pada tabel adalah sebagai

berikut :

(1) Variabel Harga (X₁) dengan koefisien regresi sebesar 0,492 serta nilai t_{hitung} (3,547) > t_{tabel} (2,03452) atau nilai Sig. (0,001) < α (0,05) menunjukkan bahwa (H₀₁) yang berbunyi, “Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko Vaping Banjarmasin adalah **ditolak**, sedangkan (H_{a1}) yang berbunyi, “Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko Vaping Banjarmasin adalah **diterima** jadi variabel Harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko Vaping Banjarmasin.

(2) Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) dengan koefisien regresi sebesar 0,320 serta nilai t_{hitung} (2,373) > t_{tabel} (2,03452) atau nilai Sig. (0,024) < α (0,05) menunjukkan bahwa (H₀₂) yang berbunyi, Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko

Vaping Banjarmasin adalah **ditolak**, sedangkan (Ha2) yang berbunyi, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko Vaping Banjarmasin adalah **diterima**, dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variable keputusan pembelian Rokok Elektrik pada toko Vaping Banjarmasin.

8) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (keputusan pembelian rokok elektrik) yang dipengaruhi oleh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Table 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi pada SPSS 22

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.699	1.4422

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasinya. Penggunaan *R Square* (R Kuadrat) sering menimbulkan permasalahan, yaitu bahwa nilainya akan selalu meningkat dengan adanya penambahan variabel bebas dalam suatu model. Hal ini akan menimbulkan bias, karena jika ingin memperoleh model dengan R tinggi, seorang penelitian dapat dengan sembarangan menambahkan variabel bebas dan nilai R akan meningkat, tidak tergantung apakah variabel bebas tambahan itu berhubungan dengan variabel terikat atau tidak. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan *Adjusted R Square*.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,699. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variasi Pengambilan Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin (Y) adalah sebesar 69,9%, sedangkan 30,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Pembahasan

1) Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian diperoleh koefisien regresi 0,492 dan $t_{hitung} (3,547) > t_{tabel} (2,03452)$ atau nilai Sig. $(0,001) < \alpha (0,05)$ Jadi dapat disimpulkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Roko Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin sehingga hipotesis pertama terbukti.

Toko Vaping Banjarmasin merupakan toko Rokok Elektrik yang dinilai relevan

oleh pelanggannya, baik dari segi tarif pelayanan, harga barang, ataupun diskon yang diberikan. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua kriteria harga yang dimiliki Toko Vaping Banjarmasin berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah suatu pertimbangan yang sangat diperhitungkan dalam pembelian suatu barang apalagi barang kebutuhan sekunder seperti Rokok Elektrik ini. Toko Vaping Banjarmasin dalam penelitian ini terbukti Toko Vaping Banjarmasin dapat memberikan harga yang relevan terhadap pelanggannya yang memberikan indikator baik.

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian diperoleh koefisien regresi 0,320 dan nilai $t_{hitung} (2,373) > t_{tabel} (2,03452)$ atau nilai Sig. $(0,024) < \alpha (0,05)$ Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik di

Toko Vaping Banjarmasin sehingga hipotesis pertama terbukti.

Toko Vaping Banjarmasin merupakan toko Rokok Elektrik yang dinilai memuaskan oleh pelanggannya, baik dari pelayanan, pengetahuan tentang produk, keramahan, ataupun fasilitas yang dimiliki. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua kriteria kualitas pelayanan yang dimiliki Toko Vaping Banjarmasin berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Pelayanan adalah suatu pertimbangan yang sangat diperhitungkan dalam pembelian suatu barang apalagi toko rokok elektrik selain menawarkan barang juga menawarkan suatu jasa perawatan yang mana kualitas pelayanan sangat dipertimbangkan dalam keputusan pembelian di toko rokok elektrik. Namun Toko Vaping Banjarmasin dalam penelitian ini terbukti dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggannya.

3) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dapat diketahui bahwa Harga (X_1), dan Kualitas Pelayanan secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Rokok Elektrik. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar $(41,585) > F_{tabel} (3,28)$ dengan tingkat Sig. $(0,000) < \alpha (0,05)$.

Pengambilan keputusan merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan sehingga banyak variabel yang dapat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh konsumen. Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) maka akan terjadi juga perubahan pada keputusan pembelian (Y) yang dilakukan oleh konsumen.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil

analisis nilai *Adjusted R Square* 0,699 yang berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel bebas harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 69,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

diluar variabel bebas yang diteliti seperti kualitas produk, iklan, brand image, gaya hidup distribusi dan lain – lain.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian yang telah dijelaskan di Bab IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Karakteristik dari usia responden penelitian paling banyak berusia 22 tahun sebanyak 19 responden (52,8%) yang mayoritas berjenis kelamin laki – laki yaitu sebanyak 33 responden (91,7%). Dari segi uang saku per bulan, responden paling banyak memiliki uang saku per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000, yaitu sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar (50%).
- 2) Harga berpengaruh terhadap keputusan

pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil t_{hitung} (3,547) > t_{tabel} (2,03452)

- 3) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil t_{hitung} (2,373) > t_{tabel} (2,03452)

- 4) Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rokok Elektrik di Toko Vaping Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar (41,585) > nilai F_{tabel} (3,28) dengan tingkat signifikansi 0,000.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi pengusaha toko

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian rokok elektrik pada Toko Vaping Banjarmasin, oleh karena itu Toko Vaping Banjarmasin sebaiknya tetap mempertahankan persepsi yang sudah baik di mata konsumen yang puas akan kualitas pelayanan dan relevan dengan harga yang diberikan Toko Vaping Banjarmasin. Hal itu juga sebaiknya disertai dengan selalu memberikan harga yang relevan dan

kualitas pelayanan yang memuaskan, karena kedua variable tersebut walaupun sudah berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian namun masih kurang signifikan dan masih ada keraguan dalam keputusan pembelian pada beberapa point pertanyaan pada kuisioner.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya untuk topik yang serupa dapat menambah variabel penelitian lainnya selain variabel harga dan kualitas pelayanan. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap tentang variabel – variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian Rokok Elektrik yang mana dapat menyempurnakan penelitian tentang faktor – faktor rokok elektronik dalam ekonomi lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agung Sapta Wijaya 2017 “ Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen Sahabat Kopi di Wilayah Ciputat).”.
- [2] Ahmad Bahtiar, Edy Rahardja 2017. “Pengaruh Brand Equity, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Pada Vape Store 5Time)”. : Penerbit Abebooks.
- [3] Alwi Hasan, dkk. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- [4] Berta Lestari dan Aris Setia Noor . 2011 “Analisis Keputusan Bauran Promosi Yang Mempengaruhi Proses Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Batik Irma Sasirangan di Kota Banjarmasin”.
- [5] Eko Heri Sedyarto (2019) Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Pelanggan di Wilayah Danurejan Kota Yogyakarta).
- [6] Farida Yulianti. 2019 Panduan Penyusunan dan Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- [7] https://instagram.com/vaping_banjarmasin?igshid=y4lojvixzsdq
- [8] Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- [9] Komaruddin. (2001). *Ensiklopedia Manajemen*, Edisi ke 5. Jakarta. Bumi Aksara
- [10] Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

- [11] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- [12] Penerbit Erlangga. Jakarta.
- [13] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [14] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [15] Norman Barry, *An Introduction to Modern Political Theory*. 1981. *Impact Fourth Edition*.
- [16] Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- [17] Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, PT Indeks, Jakarta.
- [18] Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. “Analisa Marketing Mix, Lingkungan.
- [19] Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- [20] Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran* / Nugroho J. Setiadi. Penerbit : Jakarta: Kencana.
- [21] Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian.
- [22] Surakhmad, Winarno 1982 “Pengantar penelitian ilmiah : dasar, metode dan teknik / Winarno Surakhmad” : Penerbit : Bandung : Tarsito.
- [23] Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

